



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL
SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA
BARBERSHOP, CAÑETE, 2024**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

CIRIACO MUÑOZ, CRISTIAN ALFREDO

ORCID:0000-0003-4304-0806

ASESOR

LIMO VASQUEZ, MIGUEL ANGEL

ORCID:0000-0002-7575-3571

CHIMBOTE-PERÚ

2024



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0181-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **15:30** horas del día **25** de **Junio** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Presidente
ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA Miembro
CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Miembro
Mgtr. LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024**

Presentada Por :
(2511181148) **CIRIACO MUÑOZ CRISTIAN ALFREDO**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **15**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Presidente

ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
Miembro

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Miembro

Mgtr. LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024 Del (de la) estudiante CIRIACO MUÑOZ CRISTIAN ALFREDO, asesorado por LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 12 de Julio del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios por darme la bendición de vivir y seguir cumpliendo mis objetivos, por su bondad y protección; a mis padres por la confianza y el apoyo incondicional, por su ejemplo y por estar conmigo en cada paso.

Agradecimiento

Quiero empezar agradeciendo a mi familia por el apoyo brindado, a mis amistades que siempre han confiado en mí, así mismo un agradecimiento especial a mi madre Iris por su tiempo y disponibilidad dedicado hacia mi persona en este tiempo de desarrollo, por la confianza depositada y por el aliento de siempre.

Agradecer de la misma forma a mis docentes, a quienes les debo gran parte de este trabajo, agradecerles por toda su paciencia y enseñanza; finalizar agradeciendo a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote por el apoyo a los estudiantes para que podamos tener un futuro exitoso, prometedor y competitivo a su vez por formarnos como buenas personas que tenemos como principio la responsabilidad social.

Índice General

Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Índice General.....	VI
Lista de Tablas.....	VII
Lista de Figuras	VIII
Resumen	IX
Abstract.....	X
I. Planteamiento del problema	1
II. Marco Teórico	6
2.1 Antecedentes	6
2.2 Bases teóricas	22
2.3 Hipótesis.....	42
III. Metodología.....	43
3.1. Tipo, Nivel y Diseño de Investigación	43
3.2. Población	44
3.3. Operacionalización de las variables	46
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	47
3.5. Método de análisis de datos.....	48
3.6. Aspectos Éticos	49
IV. Resultados	52
V. Discusión	62
VI. Conclusiones	87
VII. Recomendaciones	89
Referencias Bibliográficas.....	90
Anexos.....	102
Anexo 01: Matriz de consistencia	102
Anexo 02: Instrumento de recolección de información.....	103
Anexo 03: Ficha técnica de los instrumentos	106
Anexo 04: Formato de consentimiento informado u otros	119

Lista de Tablas

Tabla 1 Describir las características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024.....	52
Tabla 2 Describir las características de la atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024.....	55
Tabla 3 Elaborar la propuesta de un plan de mejora para la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024.....	57

Lista de Figuras

Figura 1 Características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024	54
Figura 2 Características de la atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024	56

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora del desempeño laboral para mejorar el servicio de atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024; fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo – de propuesta y de diseño no experimental – transversal; se utilizó una población de 09 trabajadores y una muestra de la misma cantidad, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 16 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: En relación al desempeño laboral; el 66.70% de los empleados contemplaron que casi nunca les permiten desarrollar sus iniciativas para el cumplimiento de objetivos, el 55.60% sostuvieron que a veces la comunicación es fluida y el 55.60% manifestaron que a veces se utiliza la lluvia de ideas, para la atención al cliente; en relación al servicio de atención al cliente; el 66.70% contemplaron que casi nunca se mantiene control de los implementos, el 66.70% indicaron que casi nunca se identifican las deficiencias en la satisfacción de los clientes y el 66.70% sostuvieron que la barbería casi nunca brinda atención a los requerimientos de los clientes. Se concluyó que la empresa posee problemas para conseguir la aprobación total de sus clientes, debido a la falta de compromiso y deficiencia de comunicación por parte de sus colaboradores al trabajar en equipo, adicionalmente la falta de planes para mejorar la calidad del servicio dificulta la fidelización de clientes.

Palabras Clave: atención, desempeño y empresa

Abstract

The general objective of this research was: Establish a proposal to improve work performance to improve the customer service of the company Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024; It was quantitative, descriptive level – proposal and non-experimental – transversal design; A population of 09 workers and a sample of the same number were used, to whom a structured questionnaire with 16 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: In relation to job performance; 66.70% of employees considered that they are almost never allowed to develop their initiatives to meet objectives, 55.60% maintained that sometimes communication is fluid and 55.60% stated that sometimes brainstorming is used to provide attention. . to the client; in relation to customer service; 66.70% considered that control of the implements is almost never maintained, 66.70% indicated that deficiencies in customer satisfaction are almost never identified and 66.70% maintained that the barbershop almost never provides attention to customer requirements. It was concluded that the company has problems in obtaining the full approval of its clients, due to the lack of commitment and deficiency of communication on the part of its collaborators when working as a team, additionally the lack of plans to improve the quality of the service makes loyalty difficult of customers.

Keywords: attention, performance and company

I. Planteamiento del problema

En la actualidad, se aprecia una preocupación continua y creciente por parte de las personas, en mejorar su apariencia física y estética, orientándolas a buscar establecimientos donde puedan contratar un servicio que logre satisfacer esta necesidad, conllevando de esta manera a la apertura de negocios en la localidad para cubrir esta demanda. Generalmente en estos locales no se toma en consideración mantener al personal capacitado para brindar un buen servicio y con ello cumplir con el propósito del negocio, esto se debe a que existen empresarios que han incursionado en el sector sin haber estudiado el mercado o por lo menos tener conocimientos que le permitan administrar adecuadamente su negocio. Muchos de ellos desconocen sobre los beneficios de la evaluación del desempeño laboral, para conocer el nivel de servicio de sus trabajadores y cómo controlar su desenvolvimiento, así como también la relevancia del buen servicio de atención al cliente, a fin de entregar un producto que cubra con sus exigencias; muy por el contrario, están abocados a conseguir ganancias y esto produce que no perduren en el tiempo, conduciéndolos al fracaso.

En España el mercado está conformado en su gran mayoría por las pequeñas y medianas empresas, estas mantienen un alto nivel de demanda de empleados, lo que las convierte en las responsables de dinamizar la economía en su país. Existe un problema en común entre estas pymes y muchas de ellas no le dan la atención necesaria en el momento oportuno, pues la poca valoración del desempeño laboral resulta ser responsable de que muchas de estas declinen y pasen a la extinción, esto a causa de que se enfocan en que su producción cubra con los requerimientos del mercado mas no a la gestión de los resultados de esta actividad; en otro escenario, si las pymes contaran con herramientas de gestión enfocadas en sus labores, podrían posicionarse en el mercado convirtiéndose en una marca de éxito. Ante la creciente demanda de consumo en el rubro estético masculino, las pymes españolas se vieron en la necesidad de identificar sus falencias para poder revertirlas, y en este panorama afrontan otro inconveniente que es la fidelización de clientes potenciales, dado que estos analizan los productos o servicios conjuntamente con la atención antes de adquirirlos; por este motivo en estos establecimientos se originan dificultades al no encontrar la mejor manera de ofrecer los servicios, desatendiendo la posibilidad de que preparando al personal podrían obtener un nivel óptimo de atención al cliente, en consecuencia expandir sus capacidades. (Casella, 2022)

Por otro lado, en Estados Unidos la revista Accenture (2019) realizó un estudio enfocado en los usuarios y se puso en evidencia el motivo por el cual realizaron cambios en la elección de servicio o proveedor, encontrándose la inconformidad como la respuesta más frecuente. Se pudo constatar que el 30% de los encuestados desisten de un servicio al apreciar incapacidad en los colaboradores cuando desempeñan sus labores, también se detalló que un 51% sostiene que la posibilidad de volver a contratar los servicios de su anterior proveedor es nula, poniendo como motivo principal la mala experiencia y que para darles una nueva oportunidad tendría que pasar un año como mínimo. En concreto, ocho de cada diez encuestados dijeron que, si los proveedores le hubieran ofrecido un servicio destacado, en cuanto al desempeño de sus colaboradores y la calidad de su atención, estos seguirían tomándolos en cuenta y se sentirían más valorados como clientes

En Chile las pequeñas y medianas empresas también sufrieron los embates de las nuevas tendencias, pues se vieron en la necesidad de innovar en sus negocios con el propósito de no decaer en el camino. Parte de los problemas que enfrentan, es que no todas optan por implantar un sistema de gestión que les facilite efectuar mejoras en sus operaciones, lo que ocasiona que sus deficiencias no se resuelvan oportunamente y por ende se ven expuestos a reincidir en errores. Así mismo, el alto nivel de rotación de personal también forma parte de esta problemática, debido a que por enfocar la atención netamente en las ventas del servicio, se deja de lado muchas veces las necesidades de los empleados afectando directamente el desempeño laboral, esto origina que no se sientan valorados dentro su centro de labores y ejecuten sus actividades sin la estimulación necesaria. Por otro lado, existen empresarios que contemplan esta situación como una oportunidad para visualizar nuevos modelos de solución, donde ubican a la instrucción de nuevos conocimientos, estimulación y reconocimiento del personal como un factor importante del desempeño laboral, pero no son la mayoría. Se espera que las pequeñas y medianas empresas chilenas también consideren los beneficios que se pueden obtener al enfocarse en brindar un nivel óptimo de atención al cliente, proporcionando un trato cercano con el fin de mejorar la interacción y con ello cubrir sus expectativas, de ese modo generarían un impacto positivo en sus ingresos. (Broseta, 2021)

En el Perú se pudo observar también que, en los últimos años los consumidores son más exigentes a la hora de elegir un producto o servicio, lo que provoca que las Mypes tengan que

adaptarse a estos requerimientos a fin de no perder clientes, sino captarlos. Esta problemática dio pie a que los empresarios caigan en cuenta de que la falta de adiestramiento, supervisión de actividades e inadecuado ambiente de trabajo afectan a que puedan alcanzar sus metas, aspectos como estos deberían considerarse importantes dentro de los elementos que se contemplan con miras a la mejora continua, por ello el desempeño laboral es un factor que se debe tomar en cuenta al momento de diseñar estrategias y objetivos que contribuyan a mejorar el funcionamiento, permanencia e imagen de la empresa. En consecuencia, esta situación conllevó a que las micro y pequeñas empresas se interesen también por la calidad de atención al cliente que proporcionan, proyectándose a brindar un trato de calidad para mantener una relación cercana con los usuarios para complacer sus necesidades, debido a la importancia de su valoración luego de contratar un servicio y con ello diferenciarse de la competencia. (León, 2021)

En Huánuco se detectó que diversas Mypes del sector se vieron afectadas a raíz de los cambios en las tendencias y la moda que dejaba de lado el consumo del servicio tradicional, existieron negocios que se vieron perjudicados por la reducción de ventas, tal es el caso de los locales clásicos de estética para caballeros, que por este motivo se vieron obligados a innovar en sus actividades y otra parte estuvo en peligro de perecer; a pesar de ello, este escenario ha servido de motivo para que muchos emprendedores se desarrollen y a la vez se reinventen, poniendo atención en el desempeño laboral de su personal y a la percepción de los clientes sobre ellos, así también desarrollando capacidades de atención que antes no tenían, las cuales puedan contribuir al éxito y expansión de las mismas, mediante estrategias direccionadas a la atención al cliente que se apliquen dentro y fuera de la Mype, teniendo en cuenta los alcances de esta nueva era digital. (Chacon, 2020)

En la provincia de Cañete, diversas Mypes del sector no están encaminadas al desarrollo constante y al uso de las técnicas innovadoras del desempeño laboral, pues se observa que no tienen suficiente conocimiento sobre la misma como para su aplicación en el negocio. Los propietarios consideran que muchos de sus servicios o productos deberían venderse y promocionarse solos por el hecho de mantener una cartera de clientes, que resulta ser limitada; suelen pasar por alto el hecho de realizar presencia activa dentro del mercado donde se desarrollan y descartan la posibilidad de realizar activaciones para su reconocimiento, lo cual

afecta el progreso de la empresa, ya sea a mediano o largo plazo. Por otro lado, no cuentan con herramientas que potencialicen la atención al cliente, de la misma forma desconocen su importancia para la organización, dado que su consideración posibilita proporcionar un servicio de mayor valor, que mejore el reconocimiento de los clientes y con ello distinguirse de la competencia. (Barragan, 2019)

En la ciudad de San Vicente de Cañete, lugar donde se desarrolló el estudio, las Mypes del sector servicios se vieron perjudicadas por los distintos problemas que azotaron al país, muchas de estas tuvieron que restablecer sus actividades con el afán de mantener su vigencia en el mercado, adecuando sus servicios a las exigencias de los usuarios. Por otro lado, la problemática que persiste en las Mypes del sector, es el bajo índice del desempeño laboral, debido a que los empresarios consideran que las remuneraciones que ofrecen a sus trabajadores, es suficiente para que tengan un buen desenvolvimiento, no se ocupan de las sugerencias de sus colaboradores, no brindan incentivos para estimularlos y desconocen sobre el impacto que tiene la formación al personal para potenciar su desempeño, su único fin es conseguir ganancias. Así mismo, existen además deficiencias en la atención al cliente, situación que origina insatisfacción en los mismos; este hecho repercute negativamente en el negocio y ocurre por diferentes motivos, entre ellos están la poca valoración a los usuarios y la falta de interés de parte del personal. Los empresarios afirman que no tienen los conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad, lo cual les afecta al momento de conseguir nuevos clientes, pero tienen el deseo de incrementar sus ingresos y mejorar su competitividad; para ello es esencial que implementen herramientas que potencialicen la atención al cliente en sus actividades, a fin de mejorar el trato con el consumidor y diseñar estrategias orientadas a los clientes potenciales. La problemática prevaleciente en la empresa Barbería Macha Barbershop, es que existen diversos factores que afectan el desempeño laboral de los empleados, tal como el bajo nivel de comunicación, la falta de estimulación, entre otros. De igual forma, a este panorama se le suma la mala experiencia del consumidor, debido a que, por lo precisado anteriormente, no hay una adecuada atención al cliente, lo que ha generado que la empresa no pueda crecer lo suficiente acorde al tiempo que tiene en el mercado, dado a que no hay una sostenibilidad a largo plazo.

En virtud de los problemas citados previamente se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora del desempeño laboral para mejorar el servicio

de atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024?. Así también se plantearon los siguientes problemas específicos: ¿Cuáles son las características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024?; ¿Cuáles son las características de la atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024? y ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora para la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024?

Así también se planteó el siguiente objetivo general: Establecer la propuesta de mejora del desempeño laboral para mejorar el servicio de atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024. Del mismo modo se plantearon tres objetivos específicos: Describir las características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024; Describir las características de la atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024 y Elaborar la propuesta de un plan de mejora para la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024.

Esta investigación se justificó de modo teórico, porque se consideraron diferentes teorías y modelos de análisis respecto al desempeño laboral y la atención al cliente, así también porque en la redacción los resultados se compararon con los antecedentes y teorías citadas, provenientes de distintas fuentes confiables de ciencias administrativas con el objeto de examinar su relación. Asimismo, se justificó de modo práctico, porque se lograron describir y analizar los problemas existentes en la organización, de igual modo se plantearon diversas estrategias de solución; cabe mencionar la importancia que se adquiere al brindar el uso correcto de las estrategias del desempeño laboral y la atención al cliente en las empresas del sector. Del mismo modo se justificó metodológicamente, porque se utilizó una metodología sistematizada y ordenada, con la finalidad de conseguir los objetivos trazados, donde se integraron técnicas cuantitativas orientadas al estudio del desempeño laboral y a la atención al cliente, empleando un instrumento de obtención de información, con el cual se gestionan datos en relación a variables de estudio definidas.

II. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

Internacional

Variable 1: Desempeño laboral

Mayor (2019) en su tesis de titulación en la Universidad Santiago de Cali, Colombia. Titulado *Propuesta para mejorar el desempeño laboral de los Restaurantes de Santiago de Cali en la comuna dos*. Planteó como objetivo general: Proponer una estructura administrativa que permita a los restaurantes de la comuna 2 en la ciudad Santiago de Cali, realizar mejoras con relación al desempeño laboral de todos los colaboradores mediante la motivación. Utilizando una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal. Su población estuvo conformada por 7 restaurantes y su muestra fue integrada por 50 trabajadores; la técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario el cual constó de 21 preguntas. Se obtuvo como resultado que, el 56% de los trabajadores son de sexo femenino, el 42% predominan entre los 21 y 29 años, el 60% tienen en promedio de 1 a 2 hijos menores de 18 años de edad, el 20% llevan trabajado 1 año en el sector, el 34% de los colaboradores son bartenders, el 34% de los trabajadores reciben compensaciones diarias, el 78% recibe incentivos debido a que tienen un trato más cercano con los clientes, el 74% si recibe adiestramiento, el 92% tienen definidas sus obligaciones y responsabilidades, el 90% son participes de los logros y desaciertos en su área, el 88% mantienen buena relación en el trabajo, el 62% si lo aplican de manera oportuna, el 84% siente que el ambiente laboral impulsa a desarrollar bien sus funciones, el 94% se siente a gusto de laborar en un restaurante de prestigio, el 78% se siente satisfecho con sus remuneraciones, el 56% logran seguir su formación debido a que cuentan con horarios flexibles, el 98% colaboran en equipo a fin del cumplimiento de los objetivos, el 92% casi nunca valoran sus aportes para cumplir con los objetivos, el 62% es evaluado constantemente por sus supervisores o dueños del local, el 60% no son premiados por su buen desempeño, el 50% define como motivo principal un mejor salario. Concluyó que la implementación de incentivos salariales, da paso a mejorar las competencias y productividad del personal; esto indica, que la estimulación que existe en los restaurantes que conforman la población tiene un impacto positivo, no obstante, se debe trabajar en la proposición de nuevos métodos motivacionales para la optimización del desempeño, en

cuanto al trabajador y el servicio que se brinda, con el fin de beneficiar a la organización en su posicionamiento y reconocimiento público.

Meza y Rodríguez (2019) en su tesis de titulación de la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Llevó por título *Análisis de la Seguridad Industrial y su incidencia en el Desempeño Laboral en los restaurantes ubicados en el centro de la ciudad de Guayaquil*, tuvo como objetivo general: Definir qué medidas de precaución se deben considerar en los restaurantes del centro de la ciudad de Guayaquil para disminuir y prevenir los accidentes laborales. Su metodología fue de tipo cuantitativo – deductivo, nivel descriptivo y diseño descriptivo. Su población estuvo compuesta por 20 restaurantes y su población fue de 180 colaboradores, la técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, el cual tuvo 14 preguntas. Como resultado se obtuvo que, el 45% de los trabajadores manifiestan que son pocos los que saben dónde dirigirse si ocurriese algún incidente, el 75% de los restaurantes cuentan con una guía de emergencia, el 50% dispone normativas de seguridad, el 95% manifiesta que les facilitan equipos de protección, el 45% mencionó que casi nunca se efectúan inspecciones a sus implementos en su lugar de trabajo, el 100% sufrieron accidentes de distinta magnitud en su centro de labor, el 38,46% alegaron que las cortaduras son los accidente más comunes, el 95% confirma que las incidencias laborales perjudican también a los costos, dado que, se pagan indemnizaciones y multas en algunos casos, el 78,26% asegura que las retribuciones se dan en base a la experiencia, el 40% hizo saber que de vez en cuando se efectúan charlas de formación, el 31,58% manifestaron bajo su criterio, que el motivo principal de la ocurrencia de accidentes laborales se debe a la actitud negativa de los trabajadores, el 55,17% mencionaron que las lesiones corporales son las consecuencias principales de los accidentes en el trabajo, el 66,67% precisó que generalmente las partes más afectadas en los incidentes, son las manos y brazos. Concluyó que, las condiciones de seguridad en los restaurantes son deficientes; por otro lado, los riesgos son muchas veces los desencadenantes de accidentes y provocadores de lesiones, que a la par impiden el desempeño laboral del trabajador, tanto en el campo laboral como en su vida personal.

Variable 2: Atención al cliente

Ugalde (2020) en su tesis de licenciatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. Titulado *Atención al Cliente en la microempresa “El Baratazo”, en la Provincia de Esmeraldas*. Tuvo como objetivo general: Analizar el proceso de atención al cliente en la microempresa “El Baratazo”, de la Provincia de Esmeraldas. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal. Su población fueron los clientes de la microempresa en estudio y su muestra fue de 200 clientes; la técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, el cual integró 14 preguntas. Los resultados fueron los siguientes: El 53.5% de los clientes afirman estar muy de acuerdo con la confiabilidad que transmite el personal de la empresa, el 39.0% manifiesta que son atendidos con cortesía, el 46.0% señala que están muy de acuerdo con la imagen que tiene la empresa en general, el 39.0% indica estar muy de acuerdo con la atención personalizada que brinda la encuesta, el 47.0% manifiesta estar muy de acuerdo con la deferencia que demuestra la empresa, el 61.0% se muestra conforme con la confiabilidad que transmiten los empleados, el 77.0% señala que espera que los empleados tengan buen nivel de conocimientos, el 54.5% expresa estar a la expectativa en cuanto a la mejora de la apariencia de los colaboradores, el 64.5% manifiesta tener gran expectativa sobre el nivel de empatía de los empleados, el 71.0% espera tener alta capacidad de respuesta por parte del personal, el 46.0% señala que la empresa cumple con cubrir sus necesidades, el 60.5% se muestra muy de acuerdo con la calidad de los productos que ofrece la empresa, el 42.0% afirmó estar muy de acuerdo con la atención recibida por la empresa, el 49.5% no muestra interés en recomendar a la microempresa. Se concluyó que, la microempresa no cumple con las expectativas de la mayoría de sus clientes debido al bajo nivel de cortesía que brindan los colaboradores, los mismos que necesitan mayor conocimiento sobre los productos; por otra parte, existen clientes que califican como aceptable la relación con los trabajadores, pero desean un trato más personalizado, a través de un personal correctamente vestido y con mayores conocimientos sobre los servicios que se ofrecen.

Reyna (2022) en su tesis de titulación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. Tuvo por título *La Atención al Cliente en el “Restaurante D’ Fernando” del complejo Las Palmas, Ciudad Esmeraldas*. Formuló como objetivo general: Evaluar la atención al cliente en el “Restaurante D’ Fernando” del malecón Las Palmas. Empleó una metodología nivel

descriptivo, diseño no experimental. Su población estuvo conformada por los clientes, la muestra fue integrada por 380 de ellos. La técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario con 10 preguntas. Obteniendo las siguientes conclusiones: El 79% de clientes manifiestan que pueden distinguir a los trabajadores por su indumentaria, el 89% afirmó que el personal mantiene un aspecto adecuado durante sus labores, el 74% se siente conforme con la atención que le brindan al llegar al restaurante, el 86% manifestó que reciben atención oportuna al momento de consultar por el menú, el 45% consideró muy buena la rapidez de atención a sus pedidos, el 97% se siente complacido por el trato brindado al llegar al restaurante, el 68% percibe disponibilidad por parte de los trabajadores al momento de solicitar ayuda, el 92% considera que el nivel de comunicación de los trabajadores es efectiva, el 53% menciona que el establecimiento se interesa por saber al finalizar el servicio la atención brindada fue la esperada, el 97% indicó que los colaboradores muestran interés en que se repita la visita al restaurant. Se concluyó que el restaurant es bien percibido por los clientes debido a que el personal además de mostrarse bien uniformado, demuestra esmero en cubrir las expectativas de una buena atención para que los comensales y también disponibilidad en mantener una adecuada comunicación con los clientes para que estos tengan interés en retornar.

Huanto (2021) en su tesis de licenciatura de la Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia. Titulado *Capacitación al personal en Atención al Cliente y paquetes turísticos en la Agencia de Viajes "Bolivia Pachamama Travel"*. Planteó como objetivo general: Elaborar un Plan de Capacitación para el personal de la agencia de viajes Bolivia Pachamama Travel, que permita trabajar con herramientas innovadoras de atención al cliente con calidad y calidez. Empleó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal. Su población estuvo conformada por los colaboradores, la muestra fue integrada por 5 empleadas. La técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario con 10 preguntas. Consiguiendo las siguientes conclusiones: El 75% de las encuestadas mencionan que casi nunca reciben capacitaciones constantes ni refuerzos en sus conocimientos para poder mejorar su desempeño en la organización, el 80.5% indica que se debe contar con información auténtica para empezar a laborar como counter y son: Tener diversas habilidades de comunicación, altos dotes comerciales, conocer los sistemas informáticos, manejar distintos idiomas, entre otros. El 75% precisa que es muy importante fidelizar a los clientes y a la vez mantenerlos satisfechos

sobrepasando sus expectativas para que de esta manera se reduzcan las probabilidades de que opten por otra agencia de viaje, el 60.5% manifiesta que para desarrollarse de manera exitosa necesitan actualizar sus conocimientos, reforzar sus habilidades, aprender y aplicar estrategias que les ayuden a construir buena presencia en el mercado, el 85% considera que en las capacitaciones brindadas al personal deben incluirse especializaciones referentes a la aviación comercial, refortalecimiento de idiomas, actualización de gestión turística, entre otros. Finalmente se concluyó que es de vital importancia la aplicación de capacitaciones y refuerzos de conocimientos dirigidos a los empleados de la organización; resulta determinante contar con habilidades comunicativas, conocimientos comerciales y a la vez tener buen manejo de los sistemas informáticos para iniciar en el ámbito del counter, para que de esta forma se pueda conseguir un desarrollo exitoso en el desempeño de las labores establecidas por la entidad.

Nacional

Variable 1: Desempeño laboral

Escurra (2020) en su tesis de titulación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Caracterización del Desempeño Laboral y Gestión Calidad de las Mypes, Sector Servicio rubro restaurante, provincia de Contralmirante Villar 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización del desempeño laboral y gestión calidad de las MYPES sector servicio rubro restaurantes, provincia Contralmirante Villar 2018. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal – no experimental. Su población fue integrada por los 08 Mypes del sector servicio, la muestra por 34 colaboradores. Empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, el mismo que fue elaborado con 16 preguntas, consiguiendo los siguientes resultados: El 75% indica es importante otorgar estímulos económicos, el 100% afirma que son viables las metas de la Mype, el 62% señala que sus sugerencias son valoradas, el 88% es reconocido al desempeñar bien sus labores, el 100% reconoce que es fundamental la autoevaluación, el 62% considera que es necesario una evaluación a todo el personal, 70% de los trabajadores casi nunca logran los objetivos de la empresa con el trabajo que realizan, el 100% desempeñan adecuadamente sus labores con los clientes, el 100% manifiesta que es determinante el trabajo en grupo para mantenerse en el sector, el 100% sugiere mantener formación continua para un mejor rendimiento, el 64% señala que la Mype proporciona un servicio a gusto del cliente, el 71% refiere que al interior de la Mype conservan una óptima cultura de calidad, el 100% ofrece un trato adecuado a los clientes a fin de contribuir con la gestión de calidad, el 62% afirma que se controlan efectivamente sus materiales de trabajo, el 71% considera que se reconocen oportunamente los contratiempos al interior de la Mype, el 65% indica que la Mype se mantiene en un progreso continuo. Concluyó que: Los métodos que emplean las Mypes para obtener los resultados que desean, son las compensaciones laborales, de esta forma los trabajadores se sienten alentados a tener un mejor desempeño, además de que las metas son factibles de alcanzar, se contempla importante la evaluación del desempeño. Por otra parte, es fundamental el trabajo en equipo y mantener la mejora constante en todos los aspectos, a fin de ofrecer un servicio de calidad.

Noreña (2021) en su tesis de pregrado de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *La Motivación como factor determinante en el Desempeño Laboral, en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio: Caso Salón & Spa Adrián Coiffure – Callería, 2019*. Tuvo como objetivo general: Describir la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del sector servicio: caso Salón & Spa Adrián Coiffure del distrito de Callería, Pucallpa, 2019. Dispuso de una metodología nivel descriptivo, de tipo cuantitativo y de diseño transversal - no experimental. Empleó en su población a la Mype del caso de estudio y como muestra a 09 colaboradores. Utilizó como técnica la encuesta y por instrumento el cuestionario, este fue elaborado con 17 preguntas, consiguiendo como resultado que: El 55,60% tiene entre 26 a 50 años de edad, el 77,80% son varones, el 66,70% Posee grado técnico superior, el 77,80% se desempeña como empleados, el 66,7% lleva de 0 a 5 años en el puesto, el 55,60% siempre se siente capaz de cumplir efectivamente su labor, el 66,70% siempre conoce los objetivos a realizar, el 100% siempre sabe que tiene que cumplir con los objetivos trazados, el 55,6% casi siempre considera que al concretar los objetivos de la Mype también cumple con su desarrollo personal, el 55,60% comenta que casi siempre se emplea la lluvia de ideas para la solución de deficiencias, el 44,40% casi siempre está a gusto al hacer sus labores, el 44,40% menciona que casi siempre consigue estabilidad al llevar a cabo sus labores, el 66,70% siempre mantiene una buena relación con sus jefes y compañeros. Concluyó que: La comunicación debe mejorar, debido a que algunos empleados necesitan la aprobación de sus jefes para sentir que su labor es importante porque provoca que los clientes se sientan a gusto. Se conservan incentivados al identificar que su labor además de conducirlos al desarrollo personal y profesional, también contribuye a mejorar el posicionamiento de la Mype en el sector.

Variable 2: Atención al cliente

Pablo (2021) en su tesis de pregrado de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Atención al cliente como factor relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Santa, año 2019*, el cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Santa, año 2019. Utilizando una metodología de

diseño no experimental y de nivel descriptivo, formulando una encuesta que constó de 17 preguntas de las cuales 04 se relacionan con los representantes de las micro y pequeñas empresas, 02 con las características de las Mypes y 11 se direccionan hacia la atención al cliente. Tuvo una muestra de 10 micro y pequeñas empresas y una población de 15, teniendo los siguientes resultados: El 50% de los propietarios son de 31 a 50 años de edad, el 60% indicó ser del género masculino, el 40% tienen estudio superior no universitario, el 80% de las empresas son administradas por los propietarios, el 40% tienen entre 04 a 06 años en el rubro, el 80% cuentan con 01 o 05 empleados, el 50% tiene conocimiento sobre las técnicas de la atención al cliente, el 50% busca alcanzar la satisfacción de los clientes mediante sus servicios, el 60% afirma que la empresa cuenta con planes para mejorar el servicio, el 70% conoce sobre técnicas para medir el rendimiento, el 60% contribuye con el crecimiento de la Mype, el 50% comentan que su desempeño no es suficiente para alcanzar los objetivos, el 60% emplea un lenguaje positivo para brindar un servicio de calidad, el 60% no sigue un procedimiento para atender las sugerencias y reclamos, el 90% emplea estrategias de fidelización de clientes, el 80% no realizan desinfección de sus materiales, el 70% no cuenta con registro de sus clientes. Finalmente se concluyó que todos los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas mayores adultas, generalmente de sexo masculino, los mismos que consideran que es importante la atención al cliente para fidelizarlos, es fundamental atender de buena manera y que la organización cumpla con las expectativas de calidad de los consumidores.

Castillo (2021) en su tesis de titulación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías de la ciudad de Huaraz, 2018*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías de la ciudad de Huaraz, 2018. Teniendo una metodología de nivel descriptivo y diseño no experimental, contando con una población de 80 Mypes, con una muestra de 66 empresas, utilizando la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, el mismo que estuvo compuesto por 24 preguntas, consiguiendo los siguientes resultados: El 54.5% de los representantes tienen entre 31 y 50 años de edad, el 72.7% son del género femenino, el 50% tiene secundaria completa, el 72.7% son los dueños del negocio, el 54.5% tienen entre 4 a 6

años desempeñando el cargo, el 43.9% tiene entre 0 a 3 años en el rubro, el 59.1% tiene entre 1 y 5 colaboradores, el 63.6% contratan a sus familiares, el 63.6% comenta que el origen de su empresa fue para generar ganancias, el 50% de representantes constituyeron su empresa como S.A.C., el 37.9% mencionan que casi siempre los objetivos de la empresa buscan superar las necesidades, el 40.9% mencionó que la Mype casi siempre busca estrategias para lograr sus objetivos, el 43.9% casi siempre idea medidas correctivas ante los errores, el 27.3% sostiene que siempre la calidad de trabajo depende del desempeño de los trabajadores, el 37.9% casi siempre respeta las funciones de los colaboradores, el 33.3% casi siempre verifican constantemente los resultados, el 45.5% casi siempre define un sistema para medir los resultados, el 33.3% casi siempre registra los resultados favorables, el 39.4% manifiesta que casi siempre muestran interés por las necesidades de los consumidores, el 31.8% algunas veces se capacita para lograr entender las necesidades de los clientes, el 51.5% siempre brindan información sobre los precios y promociones, el 50% señala que los colaboradores se dirigen cordialmente a los clientes, el 54.5% siempre capacita al personal de acuerdo a sus funciones, el 36.4% siempre se capacitan a los colaboradores para conocer los protocolos de atención al cliente. Finalmente llegó a concluir que las capacitaciones con relación a la atención al cliente son esenciales en la organización, de la misma forma se evidencia que en las Mypes son escasas las medidas correctivas aplicadas por los representantes a fin de detectar falencias y prevenir posibles contratiempos, teniendo al mando a empleados que están capacitados para que puedan cumplir con sus obligaciones y funciones.

Romero (2020) en su tesis de titulación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Caracterización de la gestión de calidad de servicio bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubros otros tipos de venta al por menor de productos de belleza y cosméticos en el distrito de Huaraz, 2016*. Tuvo como objetivo: Describir las principales características de la gestión de calidad de servicio bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro otros tipos de ventas al por menor de productos de belleza y cosméticos en el distrito de Huaraz, 2016. La investigación fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativo y de diseño transeccional transversal – no experimental, debido a que la recolección de datos se dio en un solo tiempo. La municipalidad brindó los datos solicitados teniendo en total 15 micro y pequeñas

empresas con 8,760 clientes, posteriormente se llegó a la denominación de la muestra la misma que fueron 354 clientes. Se aplicó una encuesta que constó de 21 preguntas de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados: El 41.24% de los clientes indicaron que tienen entre 19 a 23 años, el 73.45% son del género femenino, el 48,31% son de instrucción superior, el 47.74% está de acuerdo con las instalaciones del local, el 30.23% medianamente de acuerdo con los equipos y mobiliarios, el 40.96% de acuerdo con la indumentaria del personal, 40,96% de acuerdo con la publicidad del establecimiento, el 22,03 % indica estar en desacuerdo respecto al tiempo de demora en la atención, el 30,51% de acuerdo con la atención brindada respecto a los productos que necesitan, el 31, 64% se muestra de acuerdo en que el personal se interesa por atender los problemas o reclamos, el 26.55% de acuerdo señalar que el personal incurre en pequeños errores al momento de la atención, el 41.81% de acuerdo en la disposición de los colaboradores al momento de pedir una orientación, el 29. 8% de acuerdo con la brevedad en la atención ofrecida por los colaboradores, el 31.07% manifiesta que los trabajadores están dispuestos a responder consultas sobre la belleza personal, el 38.70% afirma que los trabajadores no muestran conocimientos respecto a los productos de belleza, el 37.57% comunica estar de acuerdo con la confianza que inspira el personal al momento de la atención, el 42.94% está de acuerdo con la amabilidad de los trabajadores, el 44.63% de acuerdo con la atención personalizada que recibe, el 49.72% de acuerdo con el horario que dispone el establecimiento, el 20.34% de acuerdo con la actitud de los colaboradores frente a sus intereses, el 23,16% medianamente de acuerdo al nivel de comprensión de los colaboradores respecto a sus necesidades. Se llegó a la conclusión que los centros de belleza (salones), tiendas de cosméticos y/o perfumerías cuentan con clientela disconforme con el nivel de atención que reciben por parte de los trabajadores; por otro lado, existe una pequeña parte de la población que deciden retirarse del establecimiento sin la necesidad de adquirir algún producto y/o servicio ofertado.

Regional

Variable 1: Desempeño laboral

Muguerza (2022) en su tesis de titulación *Gestión del talento humano y su relación con el Desempeño Laboral de una pyme de estética, los olivos – Lima, 2022*. Formuló como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la gestión de talento humano y el desempeño laboral de una PYME de Estética, Los Olivos – Lima, 2022. La investigación fue de tipo cuantitativo, con nivel descriptivo y diseño transversal – no experimental. La población estuvo conformada por 20 colaboradores de una pyme de estética y la muestra fue compuesta por la totalidad de la población. Utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 38 preguntas. Consiguiendo los siguientes resultados: El 60% de los colaboradores estuvieron de acuerdo en que al evaluar las necesidades de un empleado se puede determinar su nivel de adiestramiento, el 60% de acuerdo en las necesidades de los empleados y el desarrollo personal se determinan a través de la evaluación, el 55% totalmente de acuerdo respecto a que los incentivos económicos los motivan, el 50% se mostró totalmente de acuerdo en que si se quiere más productividad se deben establecer incentivos, el 40% totalmente de acuerdo en que los incentivos laborales los incita a utilizar sus habilidades de manera más eficiente y eficaz, el 50% totalmente de acuerdo en que mediante los incentivos se promueven los valores éticos y morales, el 55% totalmente de acuerdo en que la estabilidad laboral repercute en el desempeño laboral, el 60% totalmente de acuerdo en que la estabilidad laboral es la continuidad en un trabajo a través del tiempo, el 45% totalmente de acuerdo en que se ocupa un puesto de trabajo mediante convocatorias, el 50% totalmente de acuerdo en que se denomina convocatoria a una oferta de trabajo con determinadas características, el 45% totalmente de acuerdo en que Una herramienta efectiva para publicar trabajos es publicar avisos en bolsas de trabajo, el 50% totalmente de acuerdo en que el internet es actualmente el medio más utilizado para encontrar personal adecuado para una empresa, el 50% totalmente de acuerdo en que el curriculum vitae es fundamental a la hora de solicitar un puesto de trabajo, el 45% de acuerdo en que los certificados laborales son los documentos más analizados en una convocatoria de trabajo, el 45% totalmente de acuerdo en que la evaluación del conocimiento es importante, el 45% totalmente de acuerdo en que la evaluación proporciona saber si el candidato es apto para el puesto propuesto, el 45% estuvo totalmente de acuerdo en que se debe realizar una entrevista personal para conocer al

candidato, el 55% no estuvieron de acuerdo ni en desacuerdo en que la actitud del candidato se evalúa a través de una entrevista, el 55% totalmente de acuerdo en que se la inducción es parte de la introducción al trabajador nuevo, el 60% no estuvo de acuerdo ni en desacuerdo en que durante el proceso de incorporación se informa al nuevo empleado sobre su trabajo y sus compañeros, el 40% no estuvieron de acuerdo ni en desacuerdo en que la formación es necesaria para aumentar el nivel de conocimientos de los empleados, el 60% de acuerdo en que el objeto de estas es incrementar la productividad, el 50% de acuerdo en que la empresa destina recursos para la formación del personal, el 70% totalmente de acuerdo en que si es necesario mejorar la productividad laboral se debe asignar un presupuesto para la preparación del personal, el 70% totalmente de acuerdo en que las charlas de preparación deben realizarse en horario de labores, el 60% totalmente de acuerdo en que estas deben de efectuarse por especialistas, el 60% de los empleados estuvieron totalmente de acuerdo en que la eficiencia resulta ser un indicador de desempeño laboral, el 55% totalmente de acuerdo en que la eficacia puede identificarse en la capacidad de lograr un efecto definido, el 70% totalmente de acuerdo en que se denomina eficiencia al resultado de aumentar la productividad en el trabajo, el 45% totalmente de acuerdo en que un empleado eficaz es el que completa sus tareas en el menor tiempo con óptimos resultados, el 70% se mostraron totalmente de acuerdo en que la habilidad para formar parte del equipo de trabajo facilita una colaboración efectiva, el 80% totalmente de acuerdo en que el trabajo en equipo facilita mejorar distintas actitudes en el grupo de trabajo, el 85% totalmente de acuerdo en que dentro del trabajo en equipo es un factor importante el liderazgo, el 65% de acuerdo en que se reconoce como liderazgo a la capacidad de influenciar en un determinado equipo de trabajo, el 55% totalmente de acuerdo en que un comportamiento cíclico es el nivel de compromiso, el 55% totalmente de acuerdo en que la curva que define los momentos de la vida laboral comienza con el nivel de compromiso, el 55% totalmente de acuerdo en que hacerse responsable de tareas es un factor fundamental de un empleado comprometido, el 75% totalmente de acuerdo en que monitorear los resultados obtenidos es parte de la responsabilidad en el área de trabajo. Concluyó que: El proceso de selección de personal para cada área es inadecuado. Por esta razón, no se consigue al personal con las competencias necesarias para desempeñar sus funciones con eficacia y apoyar a la mejora continua. No se realizan preparaciones para asegurar que el personal pueda brindar una mejor atención al cliente y

calidad de servicio, observando su satisfacción y asegurándose de que los clientes estén satisfechos con el servicio.

Castillo (2020) en su tesis de titulación en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Propuesta de mejora del Desempeño Laboral para la Gestión De Calidad de la Mype del sector servicio, rubro restaurante, caso: Coral, San Vicente – Cañete, 2020*. Planteo como objetivo general: Determinar la propuesta de mejora del desempeño laboral para la gestión de calidad de la Mype del sector servicio, rubro restaurante, caso: Coral, San Vicente – Cañete, 2020. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental transeccional – transversal. La población estuvo conformada por el caso de estudio y la muestra fue integrada por 06 colaboradores. Usó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 19 preguntas, de las cuales se extrajeron los siguientes resultados: El 66% de los colaboradores indicaron que la Mype casi siempre efectúa preparación al personal, el 83% casi siempre refuerza sus ideas con la información que brinda la Mype, el 83% sostiene que la Mype casi siempre dispone de objetivos y acciones específicas, el 67% menciona que casi siempre es fluida la comunicación, el 83% casi siempre es alentado a efectuar un mejor desempeño, el 50% señala que a veces desempeña sus labores en el tiempo establecido y acorde con los objetivos de la Mype, el 83% casi siempre toma en consideración a la Mype como una fuente de trabajo estable, el 50% casi siempre se antepone ante los posibles contratiempos, el 33% manifiesta que casi siempre el sexo y la edad suelen ser considerados al asignar tareas, el 67% casi siempre se compromete con el éxito del establecimiento, el 100% señala que la Mype casi siempre tiene a una clientela definida, el 100% precisa que la Mype casi siempre dispone de un objetivo de calidad, el 83% expresa que casi siempre satisface las exigencias de los usuarios, el 83% menciona que la Mype casi siempre dispone de estrategias de calidad a fin de conseguir más usuarios, 100% casi siempre los trabajadores muestran importancia en su rendimiento, el 66% sostiene que casi siempre reciben adiestramiento con la finalidad de mejorar el servicio, el 83% precisa que casi siempre mantienen el trabajo en equipo en el establecimiento, el 67% señala que la Mype casi siempre dispone de un plan de mejora del local, el 83% señala que la Mype casi siempre dispone de tecnología de punta. Concluyó que: La Mype ejecuta periódicamente charlas de entrenamiento para los colaboradores; posee políticas específicas para optimizar las capacidades, el nivel de comunicación es deficiente y de

igual forma la estimulación hacia los colaboradores con el fin de mejorar su desempeño. Los trabajadores muestran interés en realizar sus labores para cumplir con los objetivos y son evaluados en relación a la calidad del servicio que brindan, la Mype asume que la edad y el género de los colaboradores influyen en la ejecución de un trabajo. Los colaboradores en su mayoría se comprometen en cumplir las metas de la empresa.

Variable 2: Atención al cliente

Cardenas (2022) en su tesis de titulación en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Gestión de Calidad y Atención al Cliente en Mypes del rubro panadería, Urb. Las Flores de San Juan de Lurigancho, Lima 2022*. Planteó como objetivo general: Determinar las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro panadería de la urbanización Las Flores de San Juan de Lurigancho, Lima 2022. Utilizó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal. La población y muestra estuvo compuesta por 5 panaderías. Empleó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario que incluyó 11 preguntas aplicadas a los trabajadores. Consiguiendo los siguientes resultados: El 80% de los colaboradores indican que la panadería no fija objetivos de calidad, el 100% manifestaron que sí conocen las preferencias de los clientes, 100% indicó que no se evalúa la atención que se brinda, el 80% sostuvo que no se corrigen las falencias que dificultan la calidad de servicio, el 80% afirmó que no se proporciona los recursos necesarios para mejorar el servicio, el 100% comentó que desconocen que los objetivos de la Mype van direccionados en brindar un servicio de calidad, el 60% reconoce que no se interesa por cumplir con las expectativas de los clientes, el 100% precisa que si cuentan con la infraestructura adecuada a fin de brindar una buena atención, el 60% señala que si se cuenta con un buen ambiente laboral para otorgar un buen servicio, el 60% indica que si tienen interés en proporcionar un buen servicio al cliente, el 60% asegura que se enfocan en ofrecer una atención a tiempo para evitar incomodidades. Se concluye que las deficiencias presentes en las Mypes de estudio, se deben a que estas desconocen las características de la gestión de calidad y de la atención al cliente, al no establecer políticas de calidad, al no valorar la calidad de servicio que brindan, así mismo al no considerar la satisfacción de los clientes por brindar una buena atención. En este sentido la ausencia de conocimiento de estas dos variables puede ser perjudicial para las Mypes que tratan de permanecer en el mercado.

Romero (2019) en su tesis de titulación en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *La Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente, en las micro y pequeñas empresas, del Sector Servicio rubro Salón Spa de la Avenida Postes, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2018*. Planteó como objetivo general: Determinar las características principales de la gestión de calidad en la atención al cliente en las en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio rubro salón spa de la avenida postes, distrito de san juan de Lurigancho, Lima 2018. Utilizó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal. Su población y muestra estuvo compuesta por 15 Mypes. Empleó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario que incluyó 18 preguntas aplicadas a los dueños. Consiguiendo los siguientes resultados: El 71.4% de los dueños de las Mypes son de sexo femenino, el 57.1% tiene secundaria completa, el 85.7% sostiene que llevan más de 6 años en el mercado, el 100% de los propietarios disponen entre 1 a 5 colaboradores, el 71.4% reconoce que no conocen a la mayoría de clientes que llegan a sus locales, el 57.1% manifiesta que no ofrecen los servicios que demanda la clientela, el 100% no considera los niveles de satisfacción de los clientes, el 100% expresa que no examina sus logros de anteriores con los actuales, el 71.4% comenta que no rectifica los errores cometidos durante la atención al cliente, el 85.7% expone que no destina fondos para mejorar su establecimiento, el 85.7% no brinda capacitación a su personal, el 71.4% indica que no ofrece estímulos a su trabajadores, el 100% reconoce las labores que deben desempeñar dentro del establecimiento, el 100% manifiesta que brindan un servicio de calidad, el 57.1% proporciona un trato especial para cada cliente, el 100% se enfoca en enmendar los reclamos de los clientes, el 71.4% reconoce que ofrecer una atención de calidad contribuye a la fidelización de los clientes. Se concluye que: Las Mypes de estudio no le dan la atención necesaria a desarrollar relaciones estrechas con los clientes, dejan de lado el nivel de satisfacción que estos muestran respecto al servicio que ofrecen, sin aprovechar las experiencias anteriores para corregir errores, así también no existe el interés suficiente por mejorar el local donde laboran.

Callupe (2022) en su tesis de titulación en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en Mype rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022*. Planteó como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en Mypes

rubro restaurante de San Juan de Lurigancho, Lima, Año 2022. Dentro de este trabajo se utilizó una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, corte transversal y de diseño no experimental. Su población y muestra estuvo compuesta por 8 Mypes, con una totalidad de 24 clientes y 24 colaboradores. Se empleó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de datos, el mismo que consto de 25 interrogantes. Se consiguieron los siguientes resultados: El 75% de los restaurantes no se establecen una misión, el 87.5% no emplea reglamentos de Gestión de Calidad, el 87.5% no capacita a su personal, el 87.5% no establece un manual de actividades, el 75% no valora sus objetivos proyectados, el 75% no monitorean sus actividades, el 75% no ejecutan retroalimentación sobre la Calidad del Servicio, el 87.5% no cuenta con políticas de mejora establecidas, el 75% no utilizan la herramienta lluvia de ideas, el 100% desconoce el diagrama de Pareto, el 87.5% tienen conocimiento sobre el origen de los problemas en el servicio, el 100% no tiene conocimiento sobre el histograma, el 62.5% no emplea un lista de recojo de datos para monitorear el buen servicio, el 100% no conoce el diagrama de Gantt, el 87.5% no representa sus procesos gráficamente, el 75% efectúa apropiadamente el servicio de atención al cliente en un inicio, el 62.5% ofrecen una atención confiable, el 62.5% cuenta con infraestructura y equipos adecuados, el 75% muestra disposición para apoyar a los clientes, el 62.5% mantiene el enfoque en los clientes, el 75% brinda atención personalizada, el 62.5% disponen de colaboradores amables, el 75% asegura que los trabajadores muestran disposición al momento de brindar un servicio, el 50% manifiesta que los colaboradores atienden las necesidades y sugerencias de los clientes, el 62.5% sostiene que el personal logra conseguir la aprobación de los clientes. Finalmente se concluye que los negocios en su mayoría no cuentan con los conocimientos necesarios sobre la Gestión de Calidad por ese motivo no pueden aplicar las herramientas importantes que tiene esta variable, de la misma forma se evidencia la falta de capacitación y reforzamiento a los empleados, el poco manejo de información acerca de las técnicas y elementos primordiales de la atención a los clientes.

2.2 Bases teóricas

Variable 1: Desempeño laboral

Definición del desempeño laboral

Para Mamani y Cáceres (2019) el desempeño laboral ha sido materia de estudio durante mucho tiempo, principalmente en el campo de la psicología organizacional y la razón principal que justifica este interés, es lograr comprender y explicar los diversos aspectos que intervienen en el desarrollo y el rendimiento de las organizaciones, por este motivo resulta ser indispensable tener conocimientos sobre el desempeño laboral.

Bensusán (2021) refiere sobre el desempeño laboral a la calidad de servicio o el nivel de actividad que ejerce un empleado en su centro de labores, donde se destacan sus capacidades profesionales, así como también sus aptitudes interpersonales, que tienen influencia directa en los logros de la empresa; en otras palabras, se trata de la forma en que actúa y lleva a cabo sus labores un trabajador, así también el cómo repercute esto en la empresa, sea de modo positivo o negativo. Es justamente este último motivo, por lo que resulta ser fundamental tomar en consideración al desempeño laboral, no netamente porque el efecto de un desempeño inadecuado logre ser perjudicial para una organización, sino también porque las consecuencias de uso adecuado, tiene la posibilidad de incrementar la motivación y con ello aproximarse a cumplir los objetivos.

Evaluación del desempeño laboral

Pese a que existen trabajadores que no se muestran a favor de que se evalúe el grado de su desempeño, esta valoración resulta ser de mucha importancia a fin de saber y dar seguimiento a la colaboración de los trabajadores con la organización. Sobre la base de estas evaluaciones, se pueden tomar decisiones referentes a aumentos, bonificaciones, remuneraciones y reconocimientos que pueden hacerse de manera individual o colectiva. (Valle, 2019)

Para Finch (2020) la evaluación del desempeño laboral analiza el desenvolvimiento de los colaboradores frente a las metas u objetivos instituidos en su puesto de trabajo. El desempeño insuficiente demanda correcciones, tales como adiestramiento, sustitución o destitución del

servicio. Por otra parte, el desempeño apropiado amerita retribuciones, tales como aumentos salariales, bonificaciones o ascensos.

Guartán (2022) menciona que la evaluación del desempeño cumple una función clave para el control y seguimiento de las metas trazadas por la empresa, así como también las recompensas que se pueden atribuir para el cumplimiento de las mismas. Durante esta evaluación del personal, se intercambia información con ellos, a fin de que puedan visualizar las formas de optimizar sus labores y con ello incrementar la productividad, lo que resultaría beneficioso para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Elementos

Para Alles (2019) estos elementos respaldan la capacidad de los trabajadores para tomar decisiones sobre sus propios conocimientos, objetivos de aprendizaje y tareas. Este es un método que se puede utilizar para reconocer en un área laboral a una persona que cumple con sus responsabilidades y valora su capacidad de progresar. Asimismo, se utilizan para mejorar los resultados en la empresa, evaluar el potencial humano, mejorar el desarrollo y crear oportunidades de desarrollo profesional en la empresa. Estos incluyen, lo siguiente:

- **Objetivos:** Es necesario establecer objetivos específicos para todos los miembros de la empresa, debido a que contar con estos es esencial para trazar la trayectoria hacia los resultados que se esperan. Estos objetivos deben ser alcanzables y alineados con los de la organización, esto permitirá que los colaboradores comprendan puntualmente sobre las expectativas que se tienen sobre ellos y los criterios de evaluación de su desempeño. (Guartán , 2022)
- **Competencias:** La competencia laboral es la capacidad que posee el colaborador para emplear sus experiencias, especializaciones, actitudes y principios, que han ido desarrollando por medio de los adiestramientos profesionales y su misma actividad laboral, para poder reconocer y dar solución a las complicaciones que afronta al momento de efectuar sus labores. Las competencias principalmente determinan los efectos que abarcan las diversas labores que ejecuta un trabajador, en un determinado puesto de trabajo. (Ander, 2019)

- **Indicadores de Gestión:** Su propósito es encaminar y controlar el desempeño con el fin de alcanzar la ejecución de las estrategias de la organización, también la evaluación del desempeño por medio de elementos que permiten conocer a qué nivel se desarrolló el colaborador en un determinado periodo de trabajo, para gestionar el rendimiento laboral, corregir las deficiencias y alcanzar la productividad empresarial. (Ortoll, 2022)

Factores

Uribe (2019) afirma que los factores del desempeño laboral proveen información acerca de la mejora constante, el progreso y el bienestar del componente humano en las empresas, además se consideran elementos tales como la motivación, el liderazgo y la interacción entre el personal; que influyen en la capacidad de cumplir las labores conforme a los objetivos dispuestos por la organización. El autor resalta entre los factores más representativos a los motivacionales y los ambientales, estos se describen a continuación:

- **Los motivacionales:** Se trata de los bonos, incentivos, asensos, los adiestramientos profesionales, intervenciones en equipos que apoyan al óptimo desarrollo de la organización. Existen entidades que impulsan programas de inducción y formación orientadas a su talento humano, con el fin de acrecentar la productividad, que dirigen y con llevan al logro de las metas generales de la organización. (Vaquer, 2020)
- **Los ambientales:** Estos se refieren a la nivelación de recursos humanos, los materiales, la informática, la observación, el equipamiento y aportes de conocimientos. Para mejorar estos elementos, como el almacenaje y la manipulación de materiales se debe dar un uso más eficiente en el lugar de trabajo, la gestión y control de productos químicos peligrosos, la protección de la salud de los trabajadores, la iluminación con luz natural, la selección de fondos visuales adecuados, etc. (Juárez, 2021)

Dimensión 1: Características del desempeño laboral

Para Gabini (2019) el desempeño laboral recluye aquellas acciones o comportamientos que se perciben de los colaboradores que generalmente están comprometidos con las metas de la empresa y pueden medirse de acuerdo a su grado de participación con la misma. Las

características del desempeño laboral hacen referencia al perfil que se espera al tiempo de efectuar sus labores, donde demuestre altos niveles de destrezas, conocimientos y capacidades.

Por otra parte, el autor Durán (2020) menciona otras características que interactúan con el trabajo y la organización, como son el potencial, habilidades, exigencias y cualidades, para generar comportamientos que pueden influir en los resultados y en los cambios nunca antes vistos en las organizaciones. Estos cambios implican la exigencia de ser internacionales, expandirse sin requerir más financiamiento, adaptarse a los desafíos y posibilidades del mercado.

En la actualidad, existe total interés por parte de los gerentes de recursos humanos en las características que reúnen los empleados, las cuales siempre han sido consideradas importantes para desarrollar la efectividad y el éxito de una organización. Por tal razón, no solo se busca medirlas, sino también mejorarlas; es por ello que, para el planteamiento de los objetivos de la organización, es relevante identificar estas características en los empleados en este sentido. (Huanto, 2021)

Indicador 1: Iniciativa

La iniciativa es la cualidad para plantear, desarrollar o impulsar los propósitos individuales, este es un rasgo relevante dentro de una organización, ya que facilita anticiparse a los acontecimientos y a generar ideas innovadoras. Se puede identificar como iniciativa al propósito de influenciar constantemente sobre las labores con el fin de lograr las metas de la empresa. La iniciativa no se posee de forma innata, todos podemos aprender a tenerla a lo largo de nuestro crecimiento personal. (Quetglas, 2020)

Es esencial para el trabajador, ya que le permite anticiparse a los hechos y crear ideas innovadoras; se trata de la disposición de una persona para hacer algo con la expectativa de lograr un resultado particular, esta cualidad puede ser duradera o una característica propia de alguien, además de ser una acción o decisión espontánea. Cuando alguien muestra iniciativa, indica que toma acciones diarias para solucionar problemas sin depender de otros. (Moreno, 2020)

Se describe a la iniciativa como la cualidad que poseen ciertos colaboradores de poder iniciar por sí mismos actividades correspondientes a sus tareas, sin necesidad de ser persuadidos para que las ejecuten. Una de las cualidades más valorada por las empresas, además, es que las personas que la poseen están buscando constantemente mejorar la calidad profesional. (Ander, 2019)

Indicador 2: Comunicación

La comunicación es fundamental a fin de conservar un nivel de información eficaz en todos los entornos de la empresa. Además, ayuda a producir relaciones interpersonales y ambientes laborales a favor de la capacidad competitiva y en definitiva el crecimiento de la empresa. Mediante la comunicación se efectúan procesos y estrategias, en función de ellos una empresa puede aumentar su posicionamiento, gestionar de manera eficiente sus sectores y la interrelación entre sus diferentes áreas. (Leyva, 2021)

La comunicación en un entorno laboral, se define como el conjunto de mensajes intercambiados entre los integrantes de una organización y su medio. También se entiende como el grupo de técnicas y actividades que facilitan y aceleran el flujo de mensajes entre los miembros de una organización. Además, su objetivo es influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, para lograr una mejor y más rápida consecución de los objetivos. (Valbuena y Monfort, 2020)

Es una característica propia de los seres humanos y está presente en todos los aspectos de su vida; en el mundo empresarial, es crucial para el crecimiento y éxito de las organizaciones y su relación con el entorno. Cuando hay una comunicación efectiva en las empresas, los empleados trabajan en armonía y se sienten parte de ella, no solo como un empleado más que está ahí por necesidad de recibir un salario. (Uribe, 2019)

Indicador 3: Trabajo en equipo

El trabajo en equipo se define por promover la unión entre los integrantes de una empresa, por reforzar su compromiso con la organización, aumentar la eficiencia y mejorar la productividad. Las empresas consideran constantemente este concepto, incluso como requisito para laborar en algunos lugares. Esto se debe a que la asociación entre individuos facilita el

logro de metas de forma más sencilla, dado que existen trabajadores que disponen de diversas habilidades, razonamientos y aptitudes que se pueden fusionar con otras, para obtener resultados óptimos. (Romero, 2019)

El trabajo en equipo es una forma de organización para realizar tareas de forma colectiva, involucrando la motivación, la colaboración, la comunicación y el liderazgo, con el fin de alcanzar metas. En la formación de equipos de trabajo, es esencial que exista autonomía para que cada miembro conozca su función y responsabilidad, habilidad de comunicación e informar, y motivación para hacer frente a los cambios requeridos por la empresa o generados por el entorno. (Fernández, 2022)

El trabajo en equipo se origina por la necesidad de incrementar la productividad y ocurre cuando un conjunto de empleados intenta colaborar, utilizando sus habilidades individuales y ofreciendo una retroalimentación positiva, sin importar cualquier conflicto personal que pueda existir entre ellos. Trabajar en equipo fomenta la lealtad, la seguridad y la autoestima, satisfaciendo las necesidades individuales de los miembros y valorando su pertenencia, manteniendo relaciones positivas dentro y fuera del equipo. (Accenture, 2019)

Dimensión 2: Factores del desempeño

La actuación del personal dentro de la empresa se vale de componentes internos, que surgen de sus mismos perfiles de personalidad, facultad de aprendizaje, captación del ambiente externo e interno, estimulación y valores. Así también de componentes externos, que surgen de las organizaciones, tal como los sistemas de retribuciones y multas. Estos factores tienen una relación directa con el desempeño laboral, debido a que la mayoría del personal es contratado por los resultados de su evaluación, sin embargo, otra proporción es despedida por un nivel de desempeño insuficiente. (Guartán, 2022)

Los factores del desempeño muestran datos en el trabajo como el avance, la mejora constante, la salud y el bienestar del personal; a la vez, comprueba otros aspectos como la motivación, el liderazgo y las relaciones personales donde también se incluye la capacidad de realizar las tareas encomendadas dirigiéndose a conseguir los objetivos establecidos por la empresa. La variable de desempeño laboral se relaciona con los aspectos personales o actitudinales, que se enfocan en las acciones que realiza una persona en su puesto, como la

capacidad de adaptarse, la asistencia y puntualidad, la responsabilidad, la motivación, la disciplina y la iniciativa. (Uribe, 2019)

Los factores del desempeño tienen influencia en la productividad de los empleados de una organización, saber debidamente cuáles son y cómo aprovecharlos al máximo traerá una gran mejora para la empresa. Al evaluar el desempeño, se deben tener en cuenta varios factores internos, como el liderazgo, la estructura y cultura de la empresa; así como externos, como factores familiares y personales del trabajador. (Garrell, 2021)

Indicador 1: Habilidades

Las habilidades son las características que posibilitan a los colaboradores desenvolverse efectivamente y desarrollarse en el campo laboral. Están vinculadas a las necesidades de los empleadores y las empresas en términos de mano de obra, para llevar a cabo los procesos productivos. Pueden definirse como el conjunto de conocimientos y aptitudes propias o adquiridas que posee una persona y que son necesarios para realizar una actividad laboral correctamente. (Peinado, 2019)

Las habilidades laborales se pueden definir como los conocimientos y capacidades necesarios para realizar correctamente un trabajo específico, por lo cual el desarrollo de estas habilidades es cada vez más importante para las empresas en la actualidad. Es necesario comprender que las destrezas laborales se aprenden, crecen y van más allá de las habilidades adquiridas con la práctica. (Alles, 2022)

Las habilidades laborales como el trabajo en grupo, la comunicación efectiva y la solución efectiva de problemas, son necesarias para enfrentar con éxito los desafíos en las organizaciones; por ello, contar con empleados que se pueda adaptar a los cambios, es uno de los objetivos de las empresas actualmente. El objetivo principal de los empleadores es buscar trabajadores que tengan las habilidades y competencias laborales necesarias para su empresa. (Ander, 2019)

Indicador 2: Clima Organizacional

Se trata de un conjunto de características medibles de un lugar de trabajo que son percibidas directa o indirectamente por las personas que trabajan en este entorno e influyen en su comportamiento y motivación. El clima corporativo está relacionado con una comprensión compartida de las medidas, prácticas y políticas de una empresa relacionada con las experiencias de los colaboradores. (Iglesias y Torres, 2021)

El clima organizacional o laboral es la visión subjetiva de los empleados sobre su entorno de trabajo, esta percepción abarca diversos temas como la productividad, satisfacción, y el ambiente. Hace referencia a las estrategias que una empresa implementa para mejorar la experiencia laboral de sus empleados. Su estudio es primordial para todas las organizaciones, puesto que señala de forma precisa los niveles de relaciones laborales en la empresa. (Chiavenato, 2020)

Un ambiente laboral favorable motiva a los trabajadores a ir a sus trabajos, incluso si tienen la opción de trabajar de manera remota. Cuando las condiciones laborales son ideales, tanto en términos de recursos, entorno y relaciones sociales, y esto incentiva al equipo para tener un rendimiento productivo, se puede considerar entonces que existe un óptimo ambiente laboral. (García, 2022)

Indicador 3: Conocimiento de trabajo

En la mayoría de los empleos se requieren habilidades teóricas y técnicas, las cuales dependen tanto de la formación y la experiencia de cada individuo como del tipo de trabajo realizado. El conocimiento técnico es una habilidad adquirida a través de la experiencia práctica en una tarea o función específica; sin embargo, estos son cada vez más necesarias en muchas otras áreas y para casi todo tipo de perfil de trabajo. (Ortoll, 2022)

Es la mezcla de habilidades y conocimientos sobre un área o campo específico, es muy valorado en el mercado laboral actual y se puede obtener mediante la educación formal, la capacitación laboral y la experiencia práctica. Además, está relacionado con la habilidad de adaptarse y aprender constantemente, ya que en un entorno laboral en constante evolución es

indispensable mantenerse actualizado en las tendencias y cambios para ser eficaz en el trabajo. (Cegarra y Martínez, 2021)

En estos tiempos la experiencia no es lo único relevante, los empleadores se centran en las habilidades blandas, en cómo un trabajador resuelve problemas y en su creatividad para hacerlo. Aunque cada ocupación requiere habilidades distintas, hay competencias comunes que son esenciales, estas competencias laborales son aquellas habilidades, conocimientos y cualidades necesarias para realizar tareas profesionales. (Bensusán, 2021)

Dimensión 3: Desempeño laboral

Este término se utiliza comúnmente para referirse al rendimiento de una persona en el campo profesional, al cumplimiento de los deberes y a su vez, permite conocer el nivel que se puede alcanzar dependiendo de las habilidades y del esfuerzo individual. Dentro del mismo se incluyen distintos factores, como el rendimiento del contexto donde se muestran las habilidades blandas, las relaciones con los clientes, con los colegas y la capacidad que se tiene para solucionar problemas; también el rendimiento de las tareas, donde se desarrollan evaluaciones con relación a los objetivos y metas. (Bautista, Cienfuegos, y Aguilar, 2020)

Se refiere a la calidad del servicio o al trabajo que realiza el empleado dentro de la organización, en este punto entran a tallar desde sus competencias profesionales hasta sus habilidades interpersonales, debido a que esto afecta directamente a los resultados de una organización. En definitiva, a cómo un empleado se comporta y realiza su trabajo, y cómo esto afecta, ya sea de forma positiva o negativa. Evaluarlo resulta fundamental precisamente por eso, no solo porque puede perjudicar a la empresa un mal desempeño, sino porque es capaz de aumentar la motivación y acercarnos a nuestro objetivo final uno bueno. (Topa, 2022)

El desempeño laboral influye directamente en la evaluación del valor que un empleado aporta a la empresa. Cada empleado es una inversión valiosa para una empresa, por lo tanto, es crucial reconocer y valorar su desempeño; existen diferentes elementos que pueden impactar el rendimiento de un trabajador, desde la ausencia de preparación proporcionada por la empresa hasta su entusiasmo y dedicación en sus tareas. (Galán, 2019)

Indicador 1: Calidad del trabajo

Se encuentra relacionada con eficacia y eficiencia de los colaboradores, esto quiere decir que las tareas se desarrollen de la mejor manera, estén muy bien hechos y con los mínimos recursos el cual demostrará el éxito comercial de la empresa. Es importante tener en cuenta que los colaboradores sean capaces de encontrar un equilibrio entre la eficiencia y la calidad en sus hábitos de trabajo. (Quispe, Barboza, Gonzales, y Cacho, 2021)

La calidad del trabajo se refleja en el desempeño que se efectúa de manera correcta y que va orientado a lograr los objetivos establecidos por una organización. Por el contrario, si un trabajador emplea demasiado tiempo en hacer una tarea, esto puede afectar la productividad de la empresa y ser contraproducente. La calidad del trabajo se puede definir como el cumplimiento de los estándares de productividad, que son requeridos para elaborar un producto que sobresalga en el mercado. (Palomo, 2022)

En una empresa, la calidad del trabajo es uno de los aspectos más importantes, ya que de ello dependerán los resultados, que pueden ser mejor o peor a los que se esperan, condición que tiene un impacto directo en la posibilidad de alcanzar los objetivos de la organización en un tiempo determinado. Se puede establecer entonces que la calidad del trabajo repercute directamente en la productividad de la empresa. (Gabini, 2019)

Indicador 2: Relaciones de las personas

Es la interacción que tiene lugar entre distintas personas cuando se trata de fortalecer las habilidades blandas para crear un ambiente de trabajo positivo; las habilidades sociales, como las de la comunicación y la confianza en uno mismo, son esenciales en el lugar de trabajo. Esta interacción es más efectiva cuando las personas desarrollan habilidades sociales que les permiten solucionar problemas, comunicarse y colaborar en equipos de manera más efectiva. (Blancas, 2019)

En el ámbito laboral, las relaciones interpersonales deben favorecer las condiciones para que exista una relación positiva entre las personas que laboran en una organización, esto se logra mediante los acercamientos que forman entre ellas, lo que les permite gestionar la satisfacción de sus necesidades de relacionarse socialmente. Cuanta más satisfacción generen, mayor será

su capacidad para ayudar competente y eficientemente a cumplir los objetivos planteados por la organización. (González y Pérez, 2020)

Las relaciones interpersonales son fundamentales en una organización. Aunque la calidad de estas no resulta suficiente para aumentar la productividad, puede tener un impacto importante, tanto positivo como negativo. Mediante estas relaciones, la persona recibe refuerzos sociales fundamentales del entorno cercano que ayudan a su adaptación. Por otro lado, la falta de estas puede causar falta de incorporación y bajo nivel de productividad en el trabajo en equipo. (Moreno, 2020)

Variable 2: Atención al cliente

Definición de la atención al cliente

La atención al cliente es un conjunto de actividades encaminadas a mejorar la experiencia del cliente estableciendo un proceso para resolver de forma inmediata y eficaz cualquier inquietud, problema o duda del cliente. Esto se puede hacer a través de diversos medios de comunicación como e-mails, llamadas, mensajes, chat, redes sociales, etc. (Chacon, 2020)

El servicio al cliente es un esfuerzo de un individuo, equipo o empresa para servir mejor a los clientes, es una solución poderosa para brindar información, recursos y servicios a los clientes en cada punto de contacto con su negocio. Va más allá de un simple servicio al cliente excelente, y se centra en construir una relación emocional entre la marca y sus clientes. (Guartán, 2022)

Beneficios de la atención al cliente

Según Castillo (2021) la atención al cliente es un aspecto importante y fundamental para toda empresa y/o negocio; brindar al consumidor un servicio de calidad y satisfacer todas sus necesidades no solo crea una buena reputación, sino que también aporta grandes beneficios como los siguientes:

- **Aumento de la tasa de conversión:** Esta ventaja es particularmente valiosa para empresas jóvenes que recién comienzan su proceso de sensibilización y necesitan

atraer una clientela mínima para poder cubrir sus costos operativos. (Moya, 2022)

- **Fidelizar a los clientes durante más tiempo:** Los clientes existentes deben ser atendidos tan bien como los potenciales, una buena atención, mantenida en el tiempo, ayuda a construir relaciones de confianza sólidas y duraderas. Esto conduce a una mayor lealtad del consumidor, lo que en última instancia conduce a la creación de una comunidad en torno a la marca. (Nava, 2022)
- **Acceso a mejor publicidad:** Esta publicidad “indirecta” no sólo es más efectiva (ya que la gente confía más en las recomendaciones de amigos que en la publicidad), sino que sobre ello es gratuita. Adicionalmente, también podrás beneficiarte dejando comentarios en la web de la marca o en las redes sociales. (Ossa, 2021)
- **Construir una buena reputación de marca:** A través de un buen servicio al cliente, las marcas pueden construir una mejor reputación caracterizada por la confianza, la responsabilidad y el profesionalismo. Y todo ello sin grandes inversiones en la imagen comercial, ya que ésta surge como efecto colateral de las recomendaciones de los clientes. (Padua , 2020)

Principios de la atención al cliente

Según López (2020) los principios básicos del servicio al cliente son los ingredientes para garantizar que todos los que compren su marca tengan una experiencia positiva. Comprender los principios del servicio al cliente no solo lo ayudará a satisfacer a su audiencia y obtener una ventaja competitiva en el mercado, sino que también lo ayudará a obtener más ingresos. Para ello se detallan los principios importantes:

- Destreza
- Exactitud
- Apoyo
- Comodidad
- Personalización
- Privacidad

Toda empresa debe responder a las necesidades y demandas de los clientes sin sacrificar la capacidad de resolver los problemas lo más rápido posible, pero para lograrlo es fundamental formar personal responsable. Aunque no existe una fórmula clara, existen ciertos parámetros que pueden ayudarte a mantener la relación con los clientes en las mejores condiciones. (Padua , 2020)

Dimensión 1: Servicio

El servicio al cliente se define como un servicio que tiene como objetivo cuidar los intereses del cliente o satisfacer las necesidades del cliente. Es un conjunto de actividades encaminadas a satisfacer las necesidades de los consumidores o usuarios de servicios o productos prestados por empresas públicas o privadas. (Ander, 2019)

En cuanto al origen de los servicios, los servicios pueden ser públicos o privados, dependiendo del sector económico que los controle. En otras palabras, no es lo mismo la prestación de un servicio específico por parte de una empresa privada general que la prestación por parte de un país o gobierno. En algunos casos, es posible tener un modelo mixto, donde los sectores público y privado prestan servicios conjuntamente. (Ossa, 2021)

Los términos y condiciones asociados a cada servicio normalmente se establecen y definen en un contrato o factura, y las pautas o costos para su realización se establecen y comunican claramente al cliente en todo momento. Además, el servicio y la respuesta constante al cliente son muy comunes si tiene alguna pregunta o duda sobre el producto. (Frías, 2022)

Indicador 1: Control de implementos

Existen discrepancias importantes entre los conceptos clásicos y los modernos del control de implementos; en el primero se incluyen los controles funcionales y se desarrolla mediante un software de información que se encuentra directamente relacionado con los costos, por otro lado, en el segundo se incluyen más componentes y se ocupa de la constante comunicación entre la gestión, la planificación y el control asimismo requiere de una dirección estratégica que le brinde aspectos más funcionales. (Ortiz y Zarate, 2021)

El control de implementos se basa principalmente en un enfoque metodológico que ayuda a dirigir de manera ordenada el pensamiento y la acción; la primera etapa consiste en

anticiparse, realizar una proyección sobre la cual se establecen metas y se define un plan de acción. Otra cosa a considerar es el control de las acciones, al comparar lo que se ha logrado con lo que se tenía previsto y tomar las medidas necesarias para corregir las diferencias identificadas. (Isaza, 2020)

Se trata básicamente de una herramienta de gestión que brinda apoyo en la toma de decisiones y sus recursos directivos permiten que los gerentes logren los objetivos establecidos; se trata de una función jerárquica y coordinada que incluye la planificación de metas, la implementación de un plan de acción y el seguimiento para asegurar que dichas metas sean alcanzadas. (Palella y Martins, 2023)

Indicador 2: Satisfacer

La satisfacción del cliente es muy importante para las empresas ya que significa que pueden seguir consumiendo los productos y servicios de la marca y recomendarlos a otro tipo de usuarios. Este resultado de satisfacción es una de las claves para incrementar las ventas de una empresa. (Meza y Rodríguez, 2019)

La satisfacción del cliente significa satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes como proveedor de soluciones específicas. Esto se aplica no sólo durante la venta, sino también en todas las interacciones previas y posteriores a la venta. Para entender la satisfacción del cliente, no basta con suponer que el hecho de que un cliente se vaya con una sonrisa en la cara y no se queje en Internet significa que está realmente satisfecho. Algunas personas pueden simplemente ser educadas. (Palomo, 2022)

Indicador 3: Conocer al cliente

En la percepción del cliente se trata de comprender quienes son nuestros clientes, que deseos y necesidades tienen, que le genera motivación, como actúan, que les agrada y que no les agrada, su forma de realizar una compra, etc. El proceso incluye el análisis de la base de datos, la conducta del cliente en línea (web), el mercado final u objetivo y la aplicación de otros implementos que ayuden a desarrollar el análisis. (Moreno, 2020)

El crecimiento de los negocios depende en gran medida de tener un buen conocimiento de los clientes, debido a que cuando se logra comprenderlos se tiene la capacidad de tomar

decisiones que potencien la satisfacción de los mismos, incrementen su lealtad y retención, así como también generen un flujo de ingresos recurrentes. Tener un amplio conocimiento del cliente permite a la empresa obtener una comprensión más profunda de aquellos que son fundamentales para su éxito en los negocios, incluyendo datos sobre sus características, requerimientos, preferencias y deseos. (Ormeño, Carvajal, y Sanz, 2022)

La comprensión de cómo el cliente se moviliza, respecto a lo que necesita y espera de un producto o servicio, también juega un papel relevante en el entendimiento del cliente. Comprender de qué manera el cliente se comportará o actuará en los distintos momentos durante su experiencia puede contribuir a aumentar la cantidad de ventas y reducir la fuga de clientes. (Rajadell, 2019)

Dimensión 2: Empatía

Se trata de una singularidad valorada de la conducta del ser humano, frecuentemente asociado con la habilidad de ponerse en la posición de la otra persona, comprender sus crisis y de la misma forma sus emociones. La empatía conforma lo que se entiende por intelecto emocional y se relaciona con distintos valores como son la generosidad y la compasión frente a la enemistad y el egoísmo. (Moya, 2022)

La comprensión emocional de alguien más, es conocida como empatía, y se refiere a la habilidad de entender la complejidad de los sentimientos de otra persona; no es obligatorio coincidir en las creencias y razones que respalden el estado o reacción que la otra persona expresa, ni tampoco implica concordar con la forma en que el interlocutor interpreta situaciones emocionales. (Velázquez, 2020)

La comprensión y la capacidad de ponerse en el lugar del otro en el entorno laboral son esenciales no solo en las relaciones con colegas y jefes, sino también en otras áreas como la interacción con clientes y proveedores. En la situación inicial, se busca establecer un ambiente de trabajo positivo en el cual se fomente la colaboración y la buena relación entre los compañeros; en relación a otras personas, ayuda a comprender mejor y favorece la creación de vínculos comerciales más efectivos. (Moya, 2022)

Indicador 1: Atención a requerimientos del cliente

Hace referencia a los requisitos explícitos y/o implícitos que el consumidor realiza a la empresa para adquirir un servicio, comprar un producto o vivir alguna experiencia. Anticiparse a los distintos tipos de necesidades es esencial para complacer las exigencias de los clientes, gestionar las expectativas de los mismos y preparar a los colaboradores para lograr el éxito u objetivo deseado. (Zambrano, 2021)

Los requisitos del cliente se refieren a las necesidades, tanto expresadas como no expresadas, que un cliente tiene al considerar el negocio como opción para adquirir un producto, servicio o vivencia. Prever los distintos tipos de solicitudes del cliente resulta esencial en la respuesta a las demandas del consumidor y en la gestión de sus expectativas, así como en la preparación de los integrantes de la empresa para alcanzar el éxito. (García, 2022)

El servicio de atención a requerimientos se refiere a todas las actividades que se realizan para mejorar la satisfacción del cliente, donde se establece un procedimiento para solucionar cualquier dificultad, pregunta o contratiempo que tenga el cliente de forma rápida y exitosa. Esto puede lograrse mediante diferentes canales de comunicación como el teléfono, el correo electrónico, el chat en tiempo real y las redes sociales. (Chiavenato, 2020)

Indicador 2: Aprobación del servicio

Este proceso incluye obtener una segunda perspectiva que aclare el problema, la cuenta, el producto elaborado o algún resultado; en algunos casos un elemento solo necesita una afirmación, pero a veces más de una. La aprobación del servicio regulariza los procedimientos internos de la empresa, ahorrando de alguna forma el dinero, el tiempo y creando un sistema confiable que se pueda repetir y expandir fácilmente. (Martí, 2022)

El trámite de validación no debería ser visto como la fase conclusiva de un proyecto o labor, sino como una parte del proceso de trabajo en general de la entidad. A nivel elemental, este procedimiento consiste en obtener una aprobación adicional que valide una actividad, artículo, cuenta o consecuencia. En ocasiones, un artículo puede necesitar sólo una autorización, pero en otras ocasiones puede necesitar múltiples. (Gil, 2020)

Un procedimiento de validación puede ser empleado para asistir a los empleados y equipos de creación a comprender las demandas que se les presentan, con el objetivo de obtener la aprobación y agilizar el proceso de manera más veloz. Si el grupo es consciente de que necesita cumplir un criterio específico para recibir la aprobación, no malgastará tiempo desviándose hacia otros caminos. (Finch, 2020)

Dimensión 3: Conformidad

Es la afirmación de que un producto o servicio alcanza las cualidades o exigencias prometidos al consumidor, así como la afirmación de que los procedimientos de fabricación se encuentran renovados y que los métodos están actualizados. Para los clientes la conformidad es una ventaja para ayudarlos a tener una base confiable al elegir comprar sus productos y de la misma forma para adquirir los servicios deseados. (Vaquer, 2020)

López (2020) menciona que es fundamental asegurarse de seguir adecuadas prácticas en la calidad, tanto en la producción de los productos como en la prestación de los servicios, con el fin de garantizar que se cumplan con los estándares y requisitos establecidos. En relación a esto, es recomendable que se garantice que los productos y/o servicios se encuentran en óptimo estado de conservación, funcionamiento y seguridad.

La calidad afecta la conformidad de los clientes y su percepción de la calidad. Los clientes esperan que las empresas satisfagan sus deseos mediante servicios o productos de calidad. En definitiva, la conformidad es conservar a los usuarios de manera perenne y eficaz, mantenerlos satisfechos y con ello diferenciarse de la competencia, para lo cual se deben de considerar algunos aspectos claves entre de las peticiones de los clientes. (Reyna, 2022)

Indicador 1: Fidelización del cliente

Incluye asegurar que un cliente que compro nuestros productos o servicios una vez se convierta en un consumidor regular o recurrente, sea leal a la marca, al producto y/o servicio, finalmente que repita la compra siempre que sea posible. La fidelización del cliente es un método del área de marketing que no debe hacerse una sola vez, por el contrario, debe existir en toda la comunicación que se tenga con los clientes potenciales. (Burbano, Velastegui, Villamarin, y Novillo, 2023)

La fidelidad de los clientes se define en la posibilidad de que un cliente vuelva a consumir el producto o servicio de una empresa; es la consecuencia de la satisfacción del cliente, de las experiencias positivas y del valor total de los productos o servicios que el cliente recibe. Representa el producto de una relación duradera y beneficiosa entre un usuario y una empresa, que incentiva las compras reiteradas y la preferencia de un determinado servicio, en vez de otro que brinde ventajas parecidas. (García, 2022)

Al brindar un servicio de calidad y una experiencia positiva, una empresa consigue que los usuarios se sientan más conectados con ella y a la vez sean más fieles. La lealtad de los clientes, resulta esencial para el éxito y crecimiento de cualquier organización y la clave para que esto suceda, es mantenerlos felices, esa forma se construye una base sólida y sostenible para operatividad de la empresa. (Pomar, 2021)

Marco conceptual

Atención: La atención es el soporte que se brinda a los clientes, ya sea antes, durante o después de adquirir un producto o servicio y el nivel de esta puede determinar la experiencia dentro de una empresa. Para Palomo (2022) el concepto de atención va más allá de la función de brindar respuestas, forma una parte muy importante de lo que puede significar una marca para los clientes, pues resulta ser un factor esencial para el éxito. Es necesario brindar un buen nivel de atención y este hecho debe permanecer ligado al valor que una empresa quiere difundir entre los usuarios, de esta forma la atención se convierte en una oportunidad de impactar positivamente en los clientes demostrando interés en resolver sus necesidades.

Adiestramiento: El adiestramiento y el desarrollo de los colaboradores, es un trabajo institucional que tiene como objetivo aumentar la competencia y las habilidades organizativas de los empleados. Esto conduce a una mejora en el desempeño de la empresa y permite la motivación de sus integrantes. Las medidas de formación proporcionan a los empleados los conocimientos adecuados para ser más eficientes en su trabajo. Es una labor que requiere organización y regularidad, permitiendo la transferencia de conocimientos y el desarrollo de habilidades y destrezas, con el necesario fortalecimiento de competencias para el desempeño del trabajo de los que son capacitados. (Chiavenato, 2020)

Calidad: Es un conjunto de propiedades y características de un servicio o producto, basado en su capacidad para satisfacer los requerimientos, necesidades y expectativas de los clientes, y además cumplir con las especificaciones para las que fue diseñado. Resulta ser el nivel de excelencia de un proceso o servicio que una empresa entrega para cumplir con los requisitos del mercado, indudablemente de los clientes y con ello mejorar la competitividad. (Nava, 2022)

Competitividad: Se define como la capacidad que tiene una empresa para satisfacer o superar las expectativas de los clientes, al ofrecer un producto o servicio, utilizando de manera eficiente sus recursos en comparación con otras empresas del mercado, presentes en el mismo sector. Su importancia reside en tener conocimiento de cómo gestionar los recursos de una organización, aumentar su eficiencia y adaptarse a las demandas del mercado. (Garrell, 2021)

Desempeño: Es un resultado para el cual primero debe modificarse lo que se hace para que la acción pueda medirse y observarse. El desempeño determina lo que respecta al desempeño laboral, es decir, la facilidad y/o capacidad con la que cuenta una persona para realizar, ejecutar, desarrollar, completar y crear trabajo en menor tiempo con menor esfuerzo y con mejor calidad, orientado a la evaluación que conducirá a su desarrollo. (Robbins, 2019)

Expectativas: Son aquellas las acciones, respuestas y modelos de calidad que los usuarios esperan recibir de un negocio o empresa. Cuando los consumidores esperan mucho, es vital que las organizaciones satisfagan sus expectativas para brindar una excelente experiencia; generalmente, las expectativas están vinculadas con las experiencias que se tienen con empresas similares o con la misma, a partir de ellas se hacen una idea de algunos aspectos, tales como la forma de trabajar, el tipo de servicio, el producto que se ofrece y su calidad. (Martí, 2022)

Fidelización: Se puede entender como toda estrategia que tiene como objetivo conseguir que los clientes conserven relaciones sólidas con un negocio o empresa, a pesar del paso del tiempo. El propósito de esta estrategia es generar en el cliente un sentimiento positivo con la empresa, para impulsar su fidelidad permanente y con ello, lograr que conserve un porcentaje continuo de compra o incluso que aumente su proporción de consumo. (Juárez, 2021)

Gestión: Se define como una importante herramienta administrativa, cuyo objetivo es conseguir el desempeño eficaz y aumentar la producción en beneficio rentable y sostenido de una organización, identificando al trabajador como un recurso activo e indispensable para conseguir los objetivos de una organización. Así también, se puede añadir que la gestión se refiere a la coordinación de las actividades laborales, para que puedan ser realizadas de manera eficiente y eficaz, con y por equipos de trabajo, lo que se convierte en el objetivo primordial de toda función directiva. (Pomar, 2021)

Mejora continua: Se establece como una estrategia que permite a las empresas destacarse en el mercado, esto se obtiene al satisfacer y obtener la aprobación de los clientes con respecto al servicio recibido. La mejora continua resulta de una adecuada administración y mejora sistemática de los procesos, al identificar causas y restricciones, generar nuevas ideas y proyectos, implementando metas para aprender de los resultados y estandarizar los efectos

positivos para controlar el rendimiento. En esencia, busca los modos de optimizar la operatividad de una empresa, mediante un plan estratégico. (Rajadell, 2019)

Empresa: Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Si bien pueden tener característica y proporciones distintas, estas están reguladas en el Perú por la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, la misma que detalla los parámetros para su constitución. (SUNAT, 2022)

Servicio: El servicio es una herramienta de marketing que establece puntos de contacto con los consumidores por intermedio de diversos canales, para instituir relaciones antes, durante y después de una comercialización. Sus objetivos principales son asegurar que el producto o servicio alcance al público objetivo, que se utilice correctamente y que satisfaga al cliente. Para alcanzar estas metas, es crucial ofrecer ayuda, consultoría, instrucciones y todo lo necesario que haga posible este procedimiento. (Ossa, 2021)

2.3 Hipótesis

Como señala Galán (2019) no todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio, ya sea en investigaciones de tipo descriptivo o cualitativo, no las requieren porque no se emplean relaciones de causa y efecto. Por ende, los estudios exclusivamente descriptivos carecen de hipótesis, es suficiente con plantear algunas preguntas de investigación.

Por otra parte, Hernández, Fernández, y Baptista (2019) sostienen que, los estudios descriptivos son más precisos en la especificación de las características del fenómeno o realidad estudiada, que los exploratorios. El propósito de la investigación descriptiva es identificar características importantes de la persona, grupo u otro fenómeno bajo análisis, por lo tanto, se centran en la descripción de hechos y no de la verificación de hipótesis.

En el presente trabajo de investigación propuesta de mejora del desempeño laboral para mejorar el servicio de atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de nivel descriptivo – de propuesta.

III. Metodología

3.1. Tipo, Nivel y Diseño de Investigación

Tipo

Esta investigación fue de tipo cuantitativo. Según Hernández, Mendoza, y Méndez (2019) establecen que, la investigación cuantitativa permite obtener y examinar datos respecto a determinadas variables, que ya han sido establecidas previamente; estos tipos de investigaciones se fían de mediciones numéricas y del uso de herramientas estadísticas, para adquirir una definición exacta de los resultados. El estudio fue de tipo cuantitativo porque se recolectaron los resultados producto de las encuestas aplicadas a los empleados de la Barbería Macha Barbershop, para luego ser analizados a fin de brindar respuesta a los objetivos planteados.

Nivel

Esta investigación fue de nivel descriptivo, según Ander (2019) señala que, estos estudios describen la frecuencia y las características más importantes de un problema, tal como lo indica su fin es describir y aclarar lo que se estudia en lugar de dar razones del porqué. Para hacer estudios descriptivos hay que tener en cuenta dos elementos fundamentales, estos son: La muestra y el instrumento. (p. 38)

El estudio fue de nivel descriptivo porque se describieron detalladamente todos los conceptos respecto a las variables de estudio, así también sus características, dimensiones e indicadores más importantes.

De propuesta

Para Iglesias y Torres (2021) la propuesta de investigación generalmente se presenta a través de un proceso que agrega actividades importantes, de estas depende el éxito o el fracaso de la solución ante el problema encontrado en el estudio, de este modo las propuestas conducen a buenos resultados dependiendo de una buena capacidad para priorizar y proponer una solución.

El estudio también fue de propuesta porque se diseñó una propuesta, del mismo modo un plan de mejora a fin de aportar soluciones a los problemas que se encontraron entre los resultados.

Diseño

El diseño de esta investigación fue no experimental – transversal. De acuerdo con Barbosa, Mar y Molar (2020) el diseño no experimental es aquel que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable; el investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real, por esta razón también se le denomina como estudio *ex post facto*.

Fue no experimental, porque se observaron los fenómenos tal y como se dieron en un contexto natural para después ser analizados, es decir no se construyó ninguna situación, por el contrario, se observaron situaciones existentes que no serán provocadas intencionalmente durante el estudio.

Para Hernández, Mendoza, y Méndez (2019) los diseños de investigación transversal, son estudios observacionales donde se recolectan datos en un solo momento o durante un periodo determinado de tiempo, generalmente corto. Su propósito es describir variables respecto a una población específica y analizar la incidencia e interrelación de estas en un momento dado.

También fue de corte transversal porque el estudio se dio sobre una propuesta de mejora del desempeño laboral para mejorar el servicio de atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop; se efectuó en un tiempo y espacio determinado, el cual tuvo un inicio y un final correctamente planificado en el año 2024, lo que permitió no tener inconvenientes.

3.2. Población

Población

La población estuvo conformada por 09 empleados de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024.

Teniendo en cuenta a Palella y Martins (2023) podemos definir como población al conjunto de unidades de las que se quiere alcanzar información, para posteriormente obtener

conclusiones. Los componentes de una población están formados por individuos presentes en un escenario en específico, porque tienen algunas características comunes que son motivo del estudio.

Términos de inclusión

- Empleados que se desempeñen como barberos
- Empleados con más de 01 año de experiencia
- Empleados que vivan en el distrito de san Vicente de Cañete

Términos de exclusión

- Empleados que no se desempeñan como barberos
- Empleados con menos de 01 año de experiencia
- Empleados que vivan fuera del distrito de san Vicente de Cañete

Muestra

La muestra estuvo integrada por 09 empleados de la Mype del caso de estudio.

Parella y Martins (2023) definen la muestra como una parte o el subconjunto de la población, dentro de la cual deben poseer características de la manera más exacta posible. La muestra resulta ser una parte representativa de la población total, cuyos elementos comparten particularidades en común o similares y se emplea con el fin de evaluar a la población de manera más práctica, porque es fácil de calcular. Generalmente se toman cuando se va a estudiar las características, los gustos o conductas de una población en particular, esta puede ser de dos tipos: Censal y Estadístico.

Muestreo censal

La muestra se consideró censal porque se integró a la totalidad de la población.

El muestreo censal implica el mismo valor que el universo poblacional y tiene por objetivo proporcionar información sobre las peculiaridades de un universo poblacional, con precisión y confianza medibles para promedios a distintos niveles, ya que cuenta con características numéricas menores y finitas que son de fácil acceso a la evaluación de cada unidad de análisis. (O´rea, 2020)

3.3. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORIA O VALORACIÓN
Variable 01: Desempeño Laboral	Para lograr medir la variable del desempeño laboral se establecieron tres importantes dimensiones entre ellas se encuentran las Características, los factores del desempeño y finalmente el desempeño laboral, como lo establece. (Ramírez, 2019)	Características del desempeño laboral	Iniciativa	Likert	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Casi nunca - A veces - Casi siempre - Siempre
			Comunicación		
			Trabajo en equipo		
		Factores del desempeño	Habilidades		
			Clima organizacional		
			Conocimiento de trabajo		
		Desempeño laboral	Calidad del trabajo		
Relaciones de las personas					
Variable 02: Atención al cliente	Para poder medir la variable atención al cliente se plantearon tres dimensiones elementales los cuales fueron: El servicio, la empatía y la conformidad, de la misma forma como lo sostiene. (Miranda, 2019)	Servicio	Control de implementos	Likert	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - Casi nunca - A veces - Casi siempre - Siempre
			Satisfacer		
			Conocer al cliente		
		Empatía	Atención a requerimientos del cliente		
			Aprobación del servicio		
		Conformidad	Fidelización del cliente		

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

En esta investigación se empleó la técnica de la encuesta para las variables desempeño laboral y atención al cliente, fue dirigida a los empleados de la empresa Barbería Macha Barbershop de manera presencial, para la recopilación efectiva de datos. Mediante esta técnica se podrá conseguir información fidedigna sobre las variables citadas previamente para el desarrollo del estudio.

Según Rodríguez (2019) las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas ya sea, personales, telefónicas o por correo; utiliza una serie de métodos de investigación estandarizados para recolectar y analizar un conjunto de información representativos de la población a partir del cual se estudiará, describirá o explicará un conjunto de características.

Instrumento

En esta investigación se aplicó el cuestionario como instrumento de recolección de datos, el mismo que constó de 16 preguntas enfocadas a las características de las dos variables de estudio, 10 de ellas para la variable desempeño laboral y 06 para la variable atención al cliente, las cuales fueron aplicadas a los 09 colaboradores de la empresa Barbería Macha Barbershop, utilizando la escala de medición de Likert.

Para Padua (2020) un cuestionario es una herramienta de recolección de datos de forma organizada, que permite tener en consideración las variables objeto de estudio. Generalmente, consiste en una serie de preguntas que posibilitan recolectar información directamente de los participantes. Estos se pueden realizar en persona, enviados por correo electrónico o completados de manera online.

El cuestionario fue sometido a evaluación, mediante una matriz de validación de juicio por expertos, bajo el análisis de tres especialistas (Mgtr. Álvarez Gallegos, Aurelio Francisco; Mgtr. Espinoza Otoya, Víctor Hugo y Mgtr. Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna) para que estos hicieran una valoración sobre los ítems que componen dicho cuestionario, así como una

apreciación global del mismo. Los jueces valoraron la elaboración del cuestionario de acuerdo a su pertinencia y a los ítems establecidos para la medición de cada una de las dimensiones; de acuerdo con ello, las calificaciones de los jueces determinaron como apropiado el cuestionario al propósito para el que había sido elaborado.

El juicio de expertos es un método de validación oportuno para comprobar la confiabilidad de una investigación; se basa en las opiniones de personas con experiencia en el tema, reconocidas como expertos, que pueden proporcionar información, juicios y valoraciones. Esta técnica metodológica es crucial para determinar la validez del instrumento de recopilación de datos o información; validez y fiabilidad son los dos criterios de calidad que todo instrumento de medición debe cumplir después de ser evaluado por expertos, para que los investigadores puedan usarlo en sus estudios. (Hernández y Mendoza, 2021)

La confiabilidad del cuestionario se determinó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo como resultado 0,93; en base a este valor y tomando en consideración el trabajo de investigación de Cardenas (2022), donde se detallan las escalas de clasificación de los niveles de confiabilidad, se determinó que el valor resultante de la evaluación del instrumento de recolección de datos, demuestra que este tiene un excelente nivel de confiabilidad.

La confiabilidad o consistencia interna de un conjunto de escalas o elementos de prueba dentro de un cuestionario es evaluada mediante el coeficiente alfa de Cronbach; básicamente, este coeficiente mide la fiabilidad de un cuestionario. Se emplea para comprobar la fiabilidad de las encuestas con escalas de Likert de preguntas múltiples en un cuestionario; se puede evaluar si las respuestas son consistentes entre los ítems, pero no se puede verificar si los ítems miden el concepto correcto. (Galindo, 2020)

3.5. Método de análisis de datos

Para Velázquez (2020) el análisis descriptivo es un modo de estudio estadístico que preside de la investigación cuantitativa, se trata de detallar las tendencias en base a los datos obtenidos y contemplar ambientes que lleven a nuevos acontecimientos. Este método de análisis se apoya de las preguntas de investigación y no integra hipótesis, así también, recopila datos afines al estudio, para luego organizarlos, tabularlos y detallar su resultado.

Posterior a la recopilación de datos, se analizaron, procesaron y utilizaron los programas Office, tomando en cuenta los siguientes: Se dio uso del procesador de textos Microsoft Word, el cual permitió la composición y elaboración de la información durante todo el desarrollo de la investigación, dado que es el programa más apropiado para realizar diferentes tipos de documentos de calidad académica y profesional. Así también el software de análisis de datos Microsoft Excel, para la tabulación de los resultados con sus figuras correspondientes y para determinar la confiabilidad del instrumento mediante el Alfa de Cronbach después de ejecutada la encuesta. Del mismo modo el navegador web Microsoft Edge, donde se logró visualizar los documentos electrónicos con el formato de documentos portátiles (PDF) para la recaudación de información procedente de los libros en ese formato, las tesis obtenidas de los repositorios nacionales e internacionales y para el manual de investigación formativa establecido por la universidad. De igual manera el software de ofimática Microsoft PowerPoint, puesto que mediante este programa se logró diseñar y preparar las diapositivas para la presentación de la investigación, ante el docente asesor y jurado evaluador. De la misma forma, el programa antiplagio Turnitin, donde se obtuvo el nivel de similitud de la investigación frente a otros tipos de información, tales como libros, tesis o revistas web de investigación científica y de esta forma también evidenciar nuestro nivel de autenticidad. Finalmente, se utilizó como complemento el programa Mendeley, porque se cumplieron a detalle los puntos señalados en cuanto a la citación y referencia de diferentes fuentes de información, así como los parámetros establecidos por la universidad con el objeto de estandarizar la estructura de la investigación.

3.6. Aspectos Éticos

Esta investigación fue diseñada bajo el Reglamento de Integridad Científica elaborado por el Comité Institucional de Ética en Investigación (CIEI), actualizado por el Consejo Universitario con Resolución N° 0277-2024-CU-ULADECH católica, de fecha 14 de marzo del 2024 y establecido por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. (ULADECH, 2024)

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes

Se aplicó este principio debido a que se priorizó el respeto y la privacidad de los empleados de la empresa Barbería Macha Barbershop, así mismo se mantuvo un trato amable

con el dueño de la misma, al cual se le presentó una carta de participación requiriendo el permiso necesario para conservar la interacción durante el desarrollo del estudio. Se indicó que la participación de los empleados podía efectuarse de manera anónima, protegiendo debidamente sus identidades sin infringir en sus derechos, respetando su disponibilidad de tiempo y diversidad cultural para asegurar de esta manera su participación voluntaria. Después de instituirse los puntos mencionados, contribuyeron con la investigación brindando sus respuestas activamente.

Cuidado del medio ambiente

En esta investigación se dio uso de este principio con el objetivo de no provocar perjuicios al medio ambiente, por este motivo los documentos como el consentimiento informado y la carta de presentación fueron impresos en papel reciclado, de esta manera se contribuyó a reducir los niveles de contaminación. De igual manera en el proceso de esta investigación se utilizó una computadora responsablemente, evitando ingresar a páginas que no tengan relación con el estudio con el fin disminuir su uso innecesario. Por otro lado, para la entrega del trabajo se empleó el Entorno Virtual Angelino.

Libre participación por propia voluntad

Los trabajadores de la empresa del caso de estudio, fueron informados claramente sobre los objetivos y los fines académicos de esta investigación, paralelamente a ello se brindó una carta de presentación y un consentimiento informado, para invitar a participar al dueño de la organización en la investigación sin presión de ninguna parte y de esta manera también evidenciar su participación. Posteriormente los colaboradores participaron voluntariamente en la recaudación de información.

Beneficencia, no maleficencia

Los empleados de la Mype fueron tomados en cuenta considerando su disponibilidad de trabajo y tiempo, brindándoles todas las facilidades que requirieron para conseguir que se sientan cómodos, con la finalidad de recaudar toda la información necesaria sin afectarlos en sus actividades profesionales menos aun emocionalmente, además se mantuvo supervisión

constante sobre la existencia de dudas, para absolverlas oportunamente. Por otro lado, la información recolectada de la Mype en estudio, siguió sus fines netamente académicos a favor del progreso de la investigación, para posteriormente proponer mejoras en el servicio.

Integridad y honestidad

Se utilizó este principio debido a que los resultados se dieron a conocer sin manipular o adulterar de alguna forma la información recaudada, se actuó de manera correcta al momento de llevar a cabo la aplicación del instrumento de recolección de datos de la misma forma los detalles obtenidos se plasmaron sin ser alterados, no existió plagio de información de otros estudiantes, se practicó la honestidad en todo momento y se dio uso adecuado de las comillas sin rebalsar las limitaciones del Turnitin para conocer el nivel de similitud con otras investigaciones.

Justicia

En esta investigación se empleó este principio porque toda la información recaudada fue utilizada responsablemente, evitando malas prácticas o tergiversaciones que afecten el proceso de la misma, así también se dio conocimiento al dueño de la empresa sobre la libertad de conocer los resultados y los avances de la investigación, se respetó y valoró los aportes de todos los participantes, sin hacer diferencias de ninguna índole.

IV. Resultados

Objetivo específico 1: Describir las características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

Tabla 1

Características del Desempeño Laboral	N	%
Cumplimiento de los objetivos		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Comunicación fluida dentro de la barbería		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	44.40
A veces	5	55.60
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Compromiso para trabajar en equipo		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Conocimientos para fortalecer habilidades		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Ambiente laboral indicado para buen desempeño		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00

Continúa...

Objetivo específico 1: Describir las características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

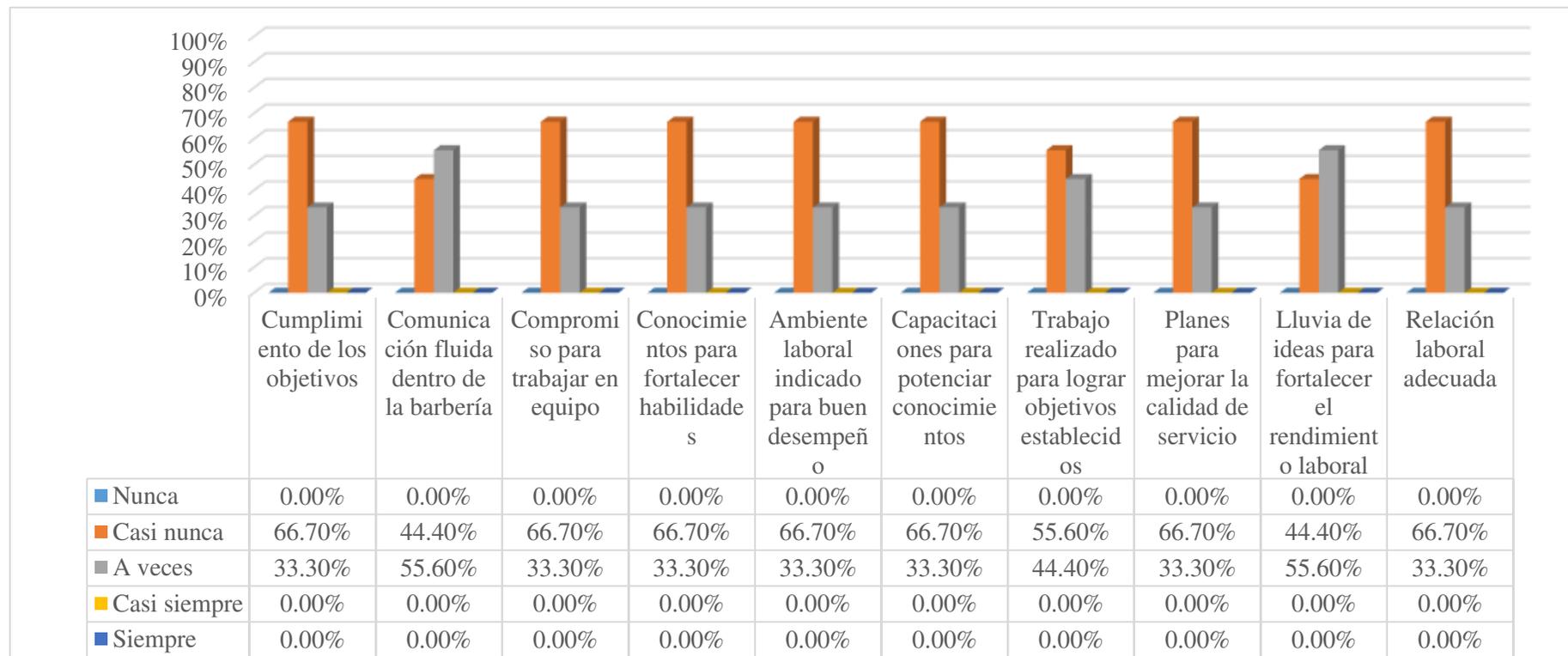
Tabla 1

		<i>Concluye.</i>
Características del Desempeño Laboral	N	%
Capacitaciones para potenciar conocimientos		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Trabajo realizado para lograr objetivos establecidos		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	5	55.60
A veces	4	44.40
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Planes para mejorar la calidad de servicio		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Lluvia de ideas para fortalecer el rendimiento laboral		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	44.40
A veces	5	55.60
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Relación laboral adecuada		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00

Nota. Datos obtenidos del instrumento aplicado a los colaboradores de la Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

Figura 1

Características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024



Nota. La figura muestra los resultados de las interrogantes relacionadas a las características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

Objetivo específico 2: Describir las características de la atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

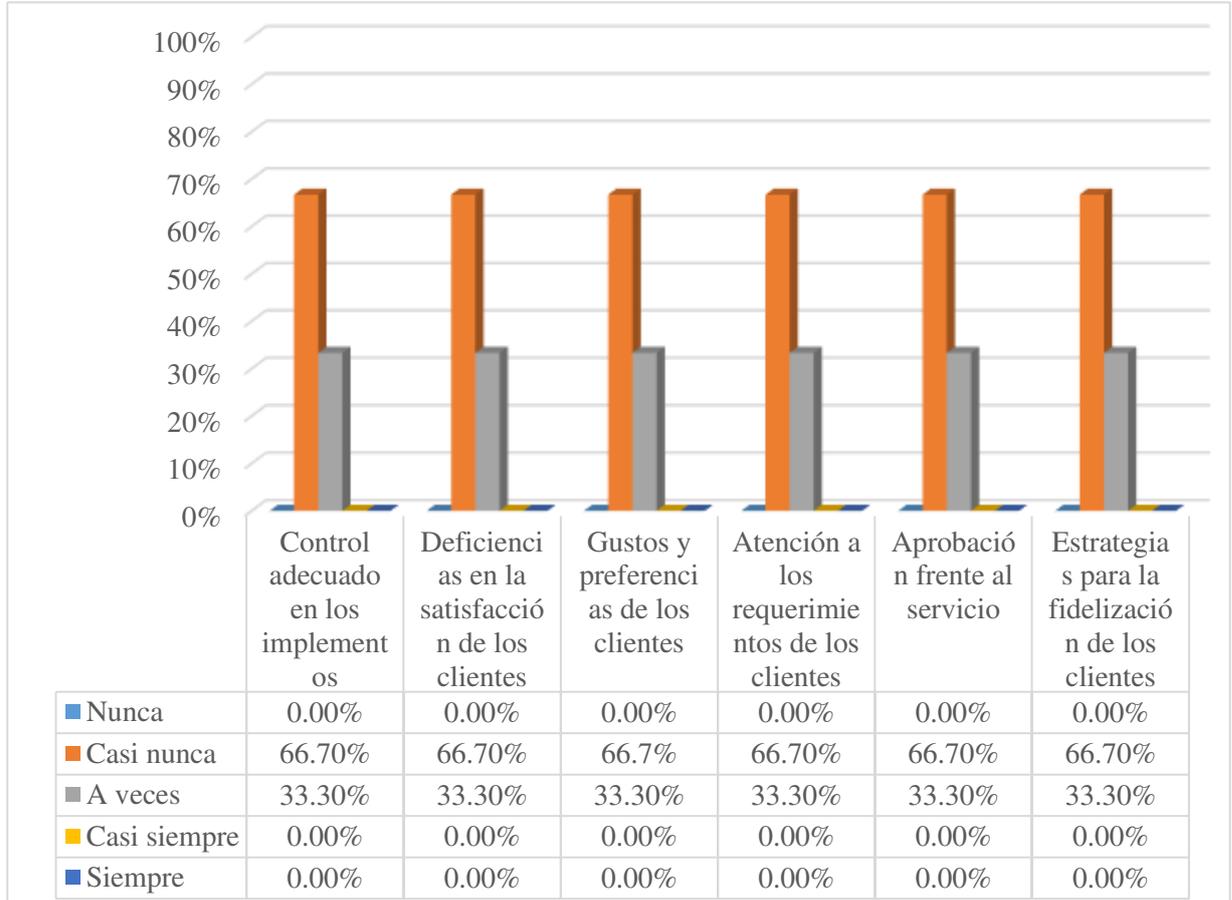
Tabla 2

Características de la Atención al Cliente	N	%
Control adecuado en los implementos		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Deficiencias en la satisfacción de los clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Gustos y preferencias de los clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Atención a los requerimientos de los clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	5	66.70
A veces	4	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Aprobación frente al servicio		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00
Estrategias para la fidelización de los clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	66.70
A veces	3	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	9	100.00

Nota. Datos obtenidos del instrumento aplicado a los colaboradores de la Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

Figura 2

Características de la atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024



Nota. La figura muestra los resultados de las interrogantes relacionadas a las características de la atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

Objetivo específico 3: Elaborar la propuesta de un plan de mejora para la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete,

2024

Tabla 3

Variable	Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsables	Presupuesto
Desempeño laboral	Iniciativa	El 66.70% de los colaboradores casi nunca pueden desarrollar sus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos	Falta de autonomía para desarrollar las iniciativas y a la vez tomar decisiones	Poca innovación y creatividad, colaboradores insatisfechos con su labor y frustración por no desarrollar sus propuestas	Proponer capacitaciones a los empleados para que adquieran nuevas habilidades, fomentar el trabajo en equipo y estimular la mentalidad de liderazgo en los colaboradores	Representante	S/. 2,000.00
			Falta de apoyo de los superiores y escasez de recursos para desarrollar sus ideas	Poco compromiso, personal desmotivado, baja calidad de trabajo y reducción de la productividad	Desarrollar reuniones con el área de administración; asimismo, mantener un seguimiento constante sobre los avances y los resultados obtenidos para realizar las mejoras y los ajustes respectivos		
			Falta de conocimiento de los objetivos de la empresa	Bajo rendimiento de los colaboradores, desmotivación laboral y falta de alineación	Aplicar programas de recompensas y reconocimientos para los colaboradores que cooperen significativamente en el logro de las metas y objetivos de la empresa		

	Trabajo en equipo	El 66.70% de los empleados casi nunca muestran compromiso para trabajar en equipo	Poca confianza en los compañeros o en la organización	Escasez de compromiso, falta de comunicación lo que puede causar confusiones, baja productividad e insatisfacción laboral	Desarrollar actividades para integrar el equipo y mejorar la confianza entre ellos, enfatizar en la importancia de la comunicación y plantear metas alcanzables y claras	S/. 3,000.00
			Falta de recompensas, reconocimiento o motivación para implementar el trabajo en equipo	Empleados desmotivados, conflictos entre los miembros del equipo y poca colaboración	Brindar capacitación y formación continua al equipo, evaluar su desempeño constantemente y valorar el esfuerzo contribuido con incentivos y reconocimientos	
			Diferencias existentes de personalidad en los empleados	Falta de colaboración y cooperación de los empleados, disminución de la eficiencia y eficacia del equipo	Desarrollar evaluaciones de personalidad o psicológicas para comprender sus debilidades y fortalezas, promover la inclusión de opiniones y reconocer las contribuciones únicas de cada trabajador	
	Calidad de trabajo	El 66.70% de los trabajadores mencionan que la barbería casi nunca cuenta con planes para mejorar la	Escasez de recursos tecnológicos, humanos o financieros para realizar mejoras en la calidad del servicio	Deficiencia en la atención al cliente, falta de innovación y reputación de la empresa dañada	Proponer alianzas estratégicas con otras entidades para mejorar la calidad del servicio e implementar herramientas de gestión y tecnología para optimizar los procesos y reducir costos	S/. 2,500.00

		calidad del servicio	Falta de capacitación al personal y el conformismo o comodidad del trabajo	Bajo nivel de calidad en el servicio brindado, clientes insatisfechos, baja productividad y empleados desmotivados	Aplicar programas de formación continua y desarrollar evaluaciones para identificar las fortalezas y los puntos débiles en relación a las habilidades y los conocimientos de los empleados		
			Bajo nivel de conciencia acerca de la importancia de la mejora de la calidad del servicio y la mejora continua	Pérdida de la competitividad en paralelo con otras empresas, disminución de clientes satisfechos y pérdida de confianza en la empresa	Desarrollar campañas de concienciación dirigidas a clientes y empleados, emplear encuestas de satisfacción a los clientes y capacitar a los colaboradores sobre cómo pueden contribuir para mejorar la calidad del servicio		
Atención al Cliente	Control de implementos	El 66.70% de los colaboradores casi nunca brindan control adecuado a los implementos	Poca supervisión por parte de los superiores	Bajo nivel de productividad de la organización, reducción de la eficacia en el servicio brindado e implementos dañados	Plantear procedimientos detallados sobre el control de los implementos (frecuencia y responsables), desarrollar auditorías para verificar el cumplimiento de las normas implantadas	Representante	S/. 3,500.00
			Falta de capacitación con relación al uso correcto de los implementos	Posibles accidentes en la empresa, retraso al brindar un servicio, productividad afectada	Elaborar manuales de uso de implementos y protocolos, desarrollar actualizaciones al personal sobre los implementos de la empresa		

				y desperdicio de recursos	y aplicar sistemas de evaluación al personal	
			Bajo nivel de importancia por brindar un control adecuado y no saber qué consecuencias podrían generarse	Incumplimiento de las normas de seguridad y normas legales, repercusión en la productividad y perjuicio a la imagen de la organización	Desarrollar capacitaciones periódicas al personal sobre la importancia y las consecuencias del control de implementos, ejecutar medidas de seguridad y facilitar la identificación de los implementos	
Aprobación del servicio	El 66.70% de los empleados indican que el cliente casi nunca muestra su aprobación una vez atendida su requerimiento	Falta de comunicación entre los empleados y los clientes	Desconfianza en la calidad del servicio brindado, falta de prestigio de la organización, malos entendidos y pérdida de clientes	Retroalimentar a los empleados sobre los beneficios de la comunicación efectiva y emplear herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación entre clientes y empleados		S/. 3,000.00
		Bajo nivel de calidad del servicio brindado y expectativas no alcanzadas	Reducción de muestras de aprobación, clientes insatisfechos con el servicio recibido y reputación de la empresa dañada	Desarrollar encuestas de satisfacción y aprobación dirigido a los clientes, aplicar un sistema de reclamos y quejas para atenderlos de manera eficaz y oportuna		
		Malas experiencias previas adquiridas por el cliente incluso si se atendió su requerimiento	Presentaciones de reclamos por parte de clientes lo que afectaría la rentabilidad, dificultad para atraer	Plantear acciones para solucionar los problemas y comunicarlos al cliente para mejorar su experiencia en la empresa, brindar		

				nuevos clientes y repercusión en el desempeño de los empleados	capacitación a los empleados sobre la resolución de conflictos y la atención al cliente		
Fidelización del cliente	El 66.70% de los trabajadores precisa que casi nunca la barbería aplica estrategias para la fidelización de los clientes	Bajo conocimiento de los superiores sobre las estrategias y herramientas existentes para lograr fidelizar a los clientes	Disminución de clientes, reputación e imagen afectadas, emplear más recursos para captar nuevos clientes lo que afectaría la rentabilidad de la empresa	Proponer reuniones para entrenar a los superiores sobre la existencia de las herramientas de fidelización, realizar evaluaciones constantes para conocer el nivel de conocimiento e identificar las oportunidades de mejora		S/. 3,500.00	
		Escasez de recursos económicos, de personal o de tiempo para aplicar estrategias	Bajo nivel de ingresos, pérdida y reducción de clientes, disminución de rentabilidad y daño en la reputación de la empresa	Identificar y analizar los recursos existentes para gestionarlos de forma eficiente y así maximizar la efectividad de las estrategias de fidelización			
		Enfoque en adquirir nuevos clientes que en mantener a los clientes potenciales o actuales	Incremento de gastos en promoción y marketing, disminución de lealtad de los clientes, riesgo de pérdida de ingresos a largo plazo	Desarrollar capacitaciones sobre la importancia de mantener relaciones a largo plazo con los clientes, aplicar métodos de fidelización para premiar a los clientes fieles y mantener su lealtad con la empresa			
Total						S/. 17,500.00	

V. Discusión

Objetivo específico 1: Describir las características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

Cumplimiento de los objetivos: El 66.70% de los empleados encuestados mencionaron que casi nunca le permiten desarrollar sus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos (tabla 1), esto coincide con el estudio de Mayor (2019) titulado *Propuesta para mejorar el desempeño laboral de los Restaurantes de Santiago de Cali*, quien mencionó entre sus resultados que, el 92% casi nunca valoran sus aportes para cumplir con los objetivos, por otro lado, contrasta con Ecurra (2020) en su estudio *Caracterización del Desempeño Laboral y Gestión Calidad de las Mypes, Sector Servicio rubro restaurante, provincia de Contralmirante Villar 2018*, donde el 62% señala que sus sugerencias son valoradas. Esto evidencia que la Mype del sector servicio desestima el aporte de sus trabajadores, produciendo de esta manera deficiencias en la eficiencia operativa, falta de compromiso y un mal ambiente de trabajo con personal desmotivado; en este panorama se pierde la oportunidad de obtener ideas innovadoras que pueden repercutir positivamente ante la situación de la Mype, creando un ambiente de trabajo positivo donde se promueva la participación de los colaboradores.

Comunicación fluida dentro de la barbería: El 55.60% afirmaron que a veces mantienen una comunicación fluida dentro de la barbería (tabla 1), esto coincide con el estudio de Meza y Rodríguez (2019) titulado *Análisis de la Seguridad Industrial y su incidencia en el Desempeño Laboral en los restaurantes ubicados en el centro de la ciudad de Guayaquil*, el cual menciona entre sus resultados que el 70% de los trabajadores indican que mantienen una comunicación acertada en función al trabajo brindado, también coincide con Noreña (2021) en su tesis titulada *La Motivación como factor determinante en el Desempeño Laboral, en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio: Caso Salón & Spa Adrián Coiffure – Callería, 2019*, donde indicó que el 70% menciona que a veces es fluida la comunicación en la organización. Estos resultados muestran que la mayoría de los colaboradores de la Mype del sector servicio mantienen un nivel de comunicación regular, que resulta necesario incrementarse para el funcionamiento eficiente del negocio, en el que exista un ambiente laboral sin conflictos ni malentendidos, que facilite la colaboración entre el personal para incrementar la productividad.

Compromiso para trabajar en equipo: El 66.70% de encuestados consideraron que casi nunca existe compromiso para trabajar en equipo en la barbería (tabla 1), esto contrasta con la investigación de Muguerza (2022) titulado *Gestión del talento humano y su relación con el Desempeño Laboral de una pyme de estética, los olivos – Lima*, donde evidenció dentro de sus resultados que el 98% de sus trabajadores colaboran y trabajan en equipo a fin de lograr el cumplimiento de los objetivos, de igual forma contrasta con Mayor (2019) en su tesis titulado *Propuesta para mejorar el desempeño laboral de los Restaurantes de Santiago de Cali en la comuna dos*, quien mencionó dentro de sus resultados que el 83% de los colaboradores indicaron que casi siempre optan por trabajar en equipo, asimismo contrasta también con Escurra (2020) en su tesis que trata sobre la *Caracterización del Desempeño Laboral y Gestión Calidad*, donde el 66,70% de los colaboradores afirman que el trabajo en equipo desarrolla las efectividad y la producción. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de la Mype del sector servicio presentan dificultades para trabajar colectivamente debido a que existe falta de liderazgo, dificultades en la comunicación y mala relación con los objetivos de la organización, lo cual genera un ambiente desalentador. Los objetivos deben estar definidos para que los colaboradores sepan a donde tienen que llegar y esto es tarea del líder de la organización.

Conocimientos para fortalecer habilidades: El 66.70% de los encuestados mencionaron que casi nunca adquieren conocimientos con la finalidad de fortalecer sus habilidades (tabla 1) esto contrasta con la investigación de Huanto (2021) en su tesis titulada *Capacitación al personal en Atención al Cliente y paquetes turísticos en la Agencia de Viajes “Bolivia Pachamama Travel”* quien indica dentro de sus resultados que el 60.5% de los encuestados manifiesta que para desarrollarse de manera exitosa necesitan actualizar sus conocimientos, reforzar sus habilidades, aprender y aplicar estrategias que les ayuden a construir buena presencia en el mercado, asimismo contrasta con Castillo (2021) titulada *Gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías de la ciudad de Huaraz, 2018*, donde expone entre sus resultados que el 31.8% algunas veces se capacita para lograr entender las necesidades de los clientes. Estos resultados muestran que la mayoría relativa de los colaboradores no tienen iniciativa de instruirse por sí mismos, esto puede influir negativamente tanto en el rendimiento individual, por la menor calidad de trabajo, como en el funcionamiento de la organización, por la pérdida

de competitividad, en otras palabras puede representar un obstáculo para el crecimiento y éxito de la organización, por ello es crucial que se fomente una cultura de aprendizaje continuo para el desarrollo profesional de los empleados.

Ambiente laboral indicado para buen desempeño: El 66.70% de los encuestados indicaron que casi nunca el ambiente laboral en la barbería es el indicado para tener un buen desempeño (tabla 1), esto contrasta con el estudio de Mayor (2019) titulado *Propuesta para mejorar el desempeño laboral de los Restaurantes de Santiago de Cali en la comuna dos*, donde mencionó entre sus resultados que el 84% siente que el ambiente laboral impulsa a desarrollar bien sus funciones, así también contrasta con Noreña (2021) en su investigación titulada *La Motivación como factor determinante en el Desempeño Laboral, en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio: Caso Salón & Spa Adrián Coiffure – Callería, 2019*, donde el 77% planteó que mantienen siempre el buen desempeño en sus labores, de la misma manera contrasta con los resultados de Escurra (2020) en su estudio *Caracterización del Desempeño Laboral y Gestión Calidad de las Mypes, Sector Servicio rubro restaurante, provincia de Contralmirante Villar 2018*, donde el 80% de los colaboradores experimenta un entorno laboral adecuado para desempeñar sus actividades. Los resultados demuestran que la Mype del sector servicio le resta importancia al nivel de relación interpersonal que existe dentro del establecimiento, esta condición tiene repercusiones que afectan la productividad, retención del talento y sobre todo el éxito del negocio, por esta razón es necesario que se fomente un ambiente laboral positivo, respetuoso e inclusivo para elevar el potencial y la satisfacción de los colaboradores.

Capacitaciones para potenciar conocimientos: El 66.70% de los colaboradores mencionaron que casi nunca la barbería brinda capacitaciones para potenciar sus conocimientos (tabla 1), esto coincide con la investigación de Huanto (2021) en su tesis titulada *Capacitación al personal en Atención al Cliente y paquetes turísticos en la Agencia de Viajes “Bolivia Pachamama Travel”* quien indica dentro de sus resultados que el 75% de las encuestadas mencionan que casi nunca reciben capacitaciones constantes ni refuerzos en sus conocimientos para poder mejorar su desempeño en la organización, asimismo contrasta con Castillo (2020) titulada *Propuesta de mejora del Desempeño Laboral para la Gestión De Calidad de la Mype del sector servicio, rubro restaurante, caso: Coral, San Vicente – Cañete, 2020*, donde

mencionó entre sus resultados que el 66% sostiene casi siempre reciben adiestramiento con la finalidad de mejorar el servicio. Estos resultados muestran que la mayoría relativa de los colaboradores no siempre reciben capacitaciones, pues como en otras Mypes existen dueños que ignoran que es fundamental implementar programas estructurados de capacitación y desarrollo que no solo proporcionen habilidades técnicas, sino que también fomenten el crecimiento profesional y personal de sus empleados.

Trabajo realizado para lograr objetivos establecidos: El 55.60% de los encuestados indicaron que casi nunca el trabajo que se realiza ayuda a lograr los objetivos establecidos por la barbería (tabla 1), esto coincide con Ecurra (2020) en su tesis que trata sobre la *Caracterización del Desempeño Laboral y Gestión Calidad*, quien indicó en sus resultados que el 70% de los trabajadores casi nunca logran los objetivos de la empresa con el trabajo que realizan, de igual manera coincide con Pablo (2021) en su tesis *Atención al cliente como factor relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Santa, año 2019*, donde se muestra entre sus resultados que el 50% de los encuestados comentan que su desempeño no es suficiente para alcanzar los objetivos. Este resultado demuestra que los trabajadores desempeñan sus funciones, pero no consiguen llegar a las metas u objetivos establecidos por la organización, esto puede suceder por la falta de habilidades, problemas personales o poco compromiso de desarrollarse dando lo mejor de sí y la baja calidad del servicio brindado.

Planes para mejorar la calidad de servicio: El 66.70 % manifestaron que la barbería casi nunca cuenta con planes para mejorar la calidad del servicio brindado (tabla 1), esto contrasta con Pablo (2021) en su tesis *Atención al cliente como factor relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Santa, año 2019*, donde se evidencia entre sus resultados que el 60% de sus encuestados afirman que la empresa cuenta con planes para mejorar el servicio, así también contrasta con con la investigación de Castillo (2021) en su tesis de titulado *Gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías de la ciudad de Huaraz, 2018*, quien estableció dentro de sus resultados que el 40.9% mencionó que la Mype casi siempre busca estrategias

para lograr sus objetivos. Este resultado demuestra que la mayoría de los trabajadores de la Mype del sector servicio desconocen sobre la existencia de las estrategias de la empresa, lo cual puede repercutir negativamente en su competitividad, eficiencia y reputación. Mantener la mejora continua en la empresa puede disminuir los problemas relacionados con la falta de estrategias de mejora y fortalecer su posición en el mercado.

Lluvia de ideas para fortalecer el rendimiento laboral: El 55.60% de los encuestados indicaron que a veces se emplea la lluvia de ideas para fortalecer el rendimiento laboral (tabla 1), esto contrasta con la investigación Noreña (2021) en su tesis *La Motivación como factor determinante en el Desempeño Laboral, en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio: Caso Salón & Spa Adrián Coiffure – Callería, 2019*, el cual mencionó en sus resultados que el 55,60% de los encuestados comenta que casi siempre se emplea la lluvia de ideas para la solución de deficiencias, asimismo contrasta con Callupe (2022) en su tesis titulado *Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en Mype rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022*, que integra dentro de sus resultados que el 75% no utilizan la herramienta lluvia de ideas. Este resultado demuestra que la mayoría de los trabajadores de la Mype del sector servicio perciben que las sesiones de lluvias de ideas no se realizan correctamente, debido a que no todos muestran disponibilidad o interés en ser partícipe de ella, además existe discrepancia entre los puntos de vista y preferencias de cada uno, esto dificulta llegar a un punto en común y genera retrasos en las sesiones.

Relación laboral adecuada: El 66.70% de los encuestados consideran que casi nunca la relación laboral entre los trabajadores es la adecuada (tabla 1), esto contrasta con la tesis de Noreña (2021) que trata sobre *La Motivación como factor determinante en el Desempeño Laboral, en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio: Caso Salón & Spa Adrián Coiffure – Callería, 2019*, quien menciona entre sus resultados obtenidos que el 66,70% siempre mantiene una buena relación con sus jefes y compañeros, por otro lado también contrasta con Mayor (2019) en su tesis de *Propuesta para mejorar el desempeño laboral de los Restaurantes de Santiago de Cali en la comuna dos*, el 88% mantienen buena relación en el trabajo. Estos resultados demuestran que la mayoría de los colaboradores de la Mype del sector servicio sienten que la relación con sus compañeros de trabajo no es la adecuada, lo que no solo perjudica el ambiente y funcionamiento de la empresa, sino que también afecta significativamente al

rendimiento general, la satisfacción de los empleados y la capacidad de la empresa para alcanzar sus metas estratégicas. Al impulsar un ambiente laboral positivo, se puede mejorar el rendimiento de los empleados y fortalecer la posición en el mercado.

Objetivo específico 2: Describir las características de la atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

Control adecuado en los implementos: El 66.70% de los empleados manifestaron que casi nunca se mantiene un control adecuado de los implementos de trabajo en la barbería (tabla 2), esto coincide con la investigación de Meza y Rodríguez (2019) en su tesis titulado *Análisis de la Seguridad Industrial y su incidencia en el Desempeño Laboral en los restaurantes ubicados en el centro de la ciudad de Guayaquil*, quien mostró entre sus resultados que el 45% de los encuestados mencionó que casi nunca se efectúan inspecciones a sus implementos en su lugar de trabajo, por otro lado contrasta con Escurra (2020) en su tesis *Caracterización del Desempeño Laboral y Gestión Calidad de las Mypes, Sector Servicio rubro restaurante, provincia de Contralmirante Villar 2018*, quien muestra en sus resultados que el 62% afirma que siempre controlan sus materiales de trabajo. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de la Mype del sector servicio no perciben control sobre los implementos que les brindan, debido a que solo hay una persona que inspecciona todos los equipos y generalmente es el gerente quien efectúa esta tarea, lo que origina una sobrecarga de trabajo que obstaculiza que se apliquen acciones preventivas y correctivas. La falta de supervisión repercute negativamente en las empresas y algunos de estos efectos están relacionados con bajos niveles de productividad y dificultades para alcanzar los objetivos.

Deficiencias en la satisfacción de los clientes: El 66.70% de los encuestados indicaron que la barbería casi nunca identifica las deficiencias en la satisfacción de los clientes para implementar mejoras (tabla 2), lo cual contrasta con el estudio de Pablo (2021) que llevó por título *Atención al cliente como factor relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Santa, año 2019*, quien en sus resultados establece que, el 50% de los encuestados siempre busca alcanzar la satisfacción de los clientes mediante sus servicios, por otro lado concuerda con Romero (2019) en su tesis sobre *La Gestión de Calidad bajo el Enfoque*

de Atención al Cliente, en las micro y pequeñas empresas, del Sector Servicio rubro Salón Spa de la Avenida Postes, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2018, menciona en sus resultados que el 100% no considera los niveles de satisfacción de los clientes. Estos resultados evidencian que la mayoría de los trabajadores aprecian que la Mype no les brindan la importancia debida a las deficiencias en base a la satisfacción de los clientes, lo que resulta perjudicial, dado que es fundamental implementar las mejoras respectivas enfocándose en brindar la mejor atención y servicio al cliente; ello se da teniendo como finalidad conseguir el logro de las metas del establecimiento, maximizar la productividad y a la vez conseguir el aumento de las ganancias.

Gustos y preferencias de los clientes: El 66,70% indicaron que la barbería casi nunca se preocupa por conocer los gustos y preferencias de los clientes (tabla 2), esto contrasta con la investigación de Castillo (2021) que trata de la *Gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente*, que mencionó entre sus resultados que el 90% precisa que la empresa casi siempre busca conocer las preferencias de sus clientes. Este resultado demuestra que la mayoría de los trabajadores evidencian que la Mype carece de empatía y no busca crear una relación más cercana con el cliente para así conocer sus gustos y preferencias, lo que resulta perjudicial debido a que, al no conocer las preferencias y necesidades del cliente se dificulta el hecho de satisfacer sus exigencias de manera eficaz, esto ocasiona muchas veces que no se sientan cómodos o bien atendidos con el servicio que reciben.

Atención a los requerimientos de los clientes: El 66,70% de los encuestados consideraron que la barbería casi nunca brinda atención a los requerimientos de los clientes (tabla 2), esto contrasta el estudio de Romero (2020) titulado *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente, en las micro y pequeñas empresas, del Sector Servicio rubro Salón Spa de la Avenida Postes, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2018*, quien expuso entre sus resultados que el 83% de los empleados señalaron que casi siempre la empresa toma en cuenta los requerimientos de la clientela. Este resultado demuestra que la mayoría de los trabajadores perciben que la Mype no atiende oportunamente a los requerimientos de los clientes, sobre sus gustos, sus necesidades y qué están buscando; esto hace que se sientan poco valorados, por ello es importante considerar sus solicitudes activamente y no solo en determinadas circunstancias, así también consultar si el servicio brindado cumplió con sus expectativas. Capacitar al personal

sobre la atención al cliente es primordial para que logren manejar diferentes situaciones y en efecto satisfagan los requerimientos de cada uno de los ellos.

Aprobación frente al servicio: El 66.70% mencionó que casi nunca el cliente muestra su aprobación frente al servicio una vez atendido su requerimiento (tabla 2) esto contrasta con Callupe (2022) en su tesis sobre la *Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente*, quien evidencia dentro de sus resultados que el 62.5% sostiene que el personal logra conseguir la aprobación de los clientes. Este resultado demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores visualizan que la Mype no considera adecuadamente las valoraciones de los clientes, lo que dificulta conocer el motivo por el cual puedan estar de acuerdo o en desacuerdo con el servicio y sobre todo poder revertir problemas de insatisfacción, bajo esta situación no solo se pueden perder clientes actuales, sino también a aquellos clientes potenciales debido a la publicidad boca a boca. Valorar las opiniones de los usuarios ya sean positivas o negativas juegan un papel muy importante en la Mype, estas pueden influir en su reputación y mejorar la atención al cliente.

Estrategias para la fidelización del cliente: El 66.70% de los colaboradores indicaron que la barbería casi nunca aplica estrategias de fidelización de los clientes (tabla 2), este resultado contrasta con el estudio de Castillo (2020) en su tesis *Propuesta de mejora del Desempeño Laboral para la Gestión De Calidad de la Mype del sector servicio, rubro restaurante, caso: Coral, San Vicente – Cañete, 2020*, quien evidencia entre sus resultados que, el 83% de sus encuestados menciona que la Mype casi siempre dispone de estrategias de calidad a fin de conseguir más usuarios. Por otra parte, también contrasta con Pablo (2021) en su tesis titulado *Atención al cliente como factor relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Santa, año 2019*, establece en sus resultados que, el 90% emplea estrategias de fidelización de clientes. El resultado deja ver que la mayoría de los colaboradores manifiestan que la Mype no aplica oportunamente estrategias para captar clientes, debido a que se enfocan en brindar sus servicios manteniendo la productividad, pero esto no es suficiente, se necesitan también instaurar estrategias de fidelización eficaces, que permitan formar una relación positiva con los consumidores. La fidelización como estrategia contribuye a que una empresa continúe sus actividades diferenciándose de la competencia, de esta manera no solo mantendrá a sus clientes, también ganará clientes potenciales.

Objetivo específico 3: Elaborar la propuesta de un plan de mejora para la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024

Para realizar la siguiente propuesta de mejora; se tomaron en consideración las variables que pertenecen a este trabajo de investigación los cuales son: Desempeño laboral y atención al cliente, de la misma forma se tomó en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

PLAN DE MEJORA

1. Historia

La barbería Macha Barbershop de San Vicente de Cañete, es una MYPE que brinda distintos servicios estéticos, principalmente los cortes de cabello para varones, también se realizan afeitado y coloración de barba y cabello, exfoliaciones, mascarillas, tratamientos capilares, etc.

2. Misión

Aportar toda la experiencia y el conocimiento en peluquería masculina, brindando asesoramiento de imagen para crear una experiencia agradable de la mano de especialistas calificados, esforzándonos por satisfacer al máximo las exigencias de todos los clientes.

3. Visión

Ser una barbería distinguida a nivel local por el excelente servicio brindado al cliente, con el compromiso de los colaboradores a brindar un buen desempeño con altos niveles de calidad, innovando constantemente los servicios integrales del cuidado masculino.

4. Objetivos

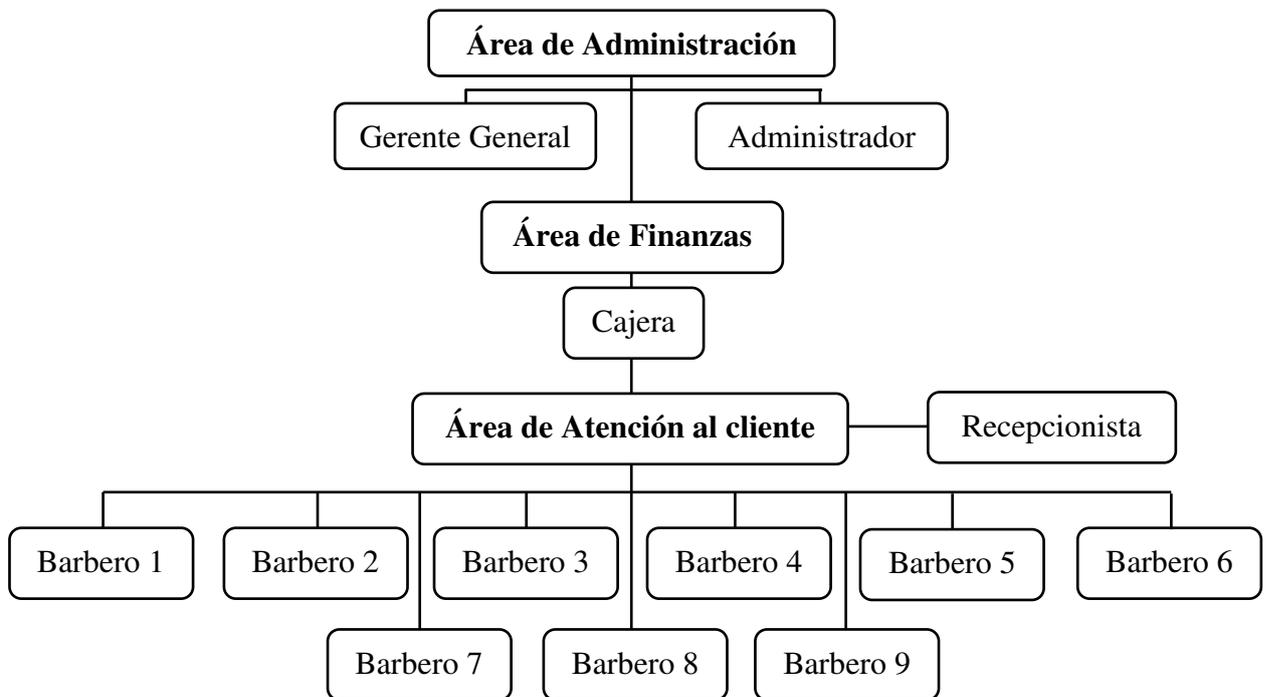
- Elaborar un plan de formación para todos los empleados de la empresa
- Corregir el servicio al cliente capacitando a los colaboradores para brindar una atención personalizada

- Brindar a los clientes un excelente servicio, proporcionando un ambiente agradable y confortable para que logren sentirse cómodos al momento de visitar nuestras instalaciones
- Fortalecer las habilidades duras y blandas de los empleados de la barbería

5. Productos y/o servicios

La barbería es un espacio exclusivamente para hombres, donde el cuidado del cabello y la barba es su principal fuente de enfoque; esta es una nueva tendencia que induce a los jóvenes que quieren expresar su identidad a través de un estilo propio, sin perder la esencia que presentan al exterior.

6. Organigrama de la empresa



Área de Administración	
Cargo	Gerente General
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Maestría o Licenciado en administración - Contar con la experiencia mínima de 02 años en el cargo de gerente - Tener habilidades de liderazgo y comunicación - Tener visión clara, estratégica y capacidad analítica - Ser responsable, proactivo y saber trabajar en equipo - Tener conocimiento en gestión financiera - Capacidad para reconocer las expectativas y las necesidades de los clientes
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer la visión, la misión y los objetivos de la organización - Realizar la planificación y organización del negocio - Ejecutar el reclutamiento, selección y contratación del personal - Administrar los recursos materiales, humanos y financieros - Examinar el rendimiento de la organización y realizar correcciones pertinentes - Asegurar la buena calidad del producto y servicio brindado
Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller en administración de empresas - Tener como mínimo 01 año de experiencia como administrador - Tener conocimiento en estados financieros, recursos humanos y marketing - Capacidad de comunicación, planificación y liderazgo - Manejo de programas Microsoft Office - Capacidad de gestión para coordinar y dirigir la empresa - Habilidad de comprensión y trabajo en equipo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar y planificar las actividades de la organización para lograr el cumplimiento de las metas y objetivos - Administrar los recursos de la empresa, incluyendo personal, material, equipos y presupuesto - Asegurar el cumplimiento de reglas, leyes y políticas internas de la organización - Capacidad de dominar de manera correcta las situaciones de conflictos y resolver los inconvenientes existentes - Supervisar el rendimiento de los colaboradores, brindar orientación y tomar medidas correctivas para la solución de problemas - Tener comunicación asertiva con los superiores, empleados y clientes de la empresa

Área de Finanzas	
Cargo	Cajera
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con estudios técnicos en administración o contabilidad - Tener un 01 año como mínimo de experiencia en caja - Contar con disponibilidad para trabajar a tiempo completo - Contar con habilidades de comunicación y matemáticas para evitar inconvenientes en los cobros - Tener conocimientos en office avanzado, arqueos de caja, cuadros y liquidaciones - Ser honesto, paciente, responsable, organizada y comprometida - Tener la capacidad de identificar monedas y billetes falsos - Saber el manejo de aplicaciones financieras y POS
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecutar las cobranzas, facturaciones y procesos de pago de los clientes - Ser amable, profesional y brindar soluciones a los posibles inconvenientes - Ejecutar las aperturas y los cierres de caja - Mantener ordenado y limpio su ambiente laboral, organizando su área de trabajo - Desarrollar los procesos de seguridad y protección de los datos brindados por los clientes - Contribuir con el equipo de labores para brindar un servicio satisfactorio y eficiente a los clientes
Área de Atención al Cliente	
Cargo	Recepcionista
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con estudios universitarios y/o técnicos en administración - Contar con la experiencia mínima de 01 año en recepción - Tener habilidad del trabajo en equipo y comunicación - Ser organizada, manejar de manera eficiente la tecnología y mantener buen trato con el público en general - Tener la capacidad de solucionar problemas de manera eficaz y rápida, de la misma forma saber manejar posibles situaciones difíciles - Ser responsable, organizado, tolerante, eficiente y dinámico
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir con amabilidad a los visitantes y a los clientes de la organización - Brindar buena atención y dirigir de manera adecuada a los clientes y visitantes - Ejecutar y aplicar todas las medidas de seguridad - Brindar la información que solicitan los clientes - Recepcionar, verificar y almacenar los productos (mercadería) - Realizar inventario de los productos e insumos

Cargo	Barberos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con licencia o certificación en curso de barbería - Tener experiencia mínima de 01 como barbero - Habilidad para el uso de herramientas (navajas, maquinillas, tijeras, etc.) - Disponibilidad para trabajar en horario rotativo o tiempo completo - Ser puntual, responsable, honesto y proactivo - Habilidad para brindar buena atención a los clientes - Ser comunicativo, amable y tener la capacidad de establecer confianza con los clientes - Tener la capacidad del trabajo en equipo, sentido estético y contar con habilidades técnicas de desempeño
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar asesoramiento y atención personalizada a los clientes de la barbería - Ofrecer el catálogo de cortes/peinados y explicar las promociones existentes - Brindar soluciones rápidas y eficientes a los inconvenientes que puedan presentarse - Organizar y mantener ordenado los materiales de la barbería - Mantener limpio su ambiente laboral - Conocer los cortes, peinados y servicios que ofrece la empresa

7. Diagnóstico general

ANÁLISIS FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	FORTALEZAS	ESTRATEGIAS F – O
<p>F1. Buena atención y calidad en el servicio que brindan</p> <p>F2. Ofrecen precios módicos y ofertas especiales</p> <p>F3. Dispone con empleados que tienen mucho conocimiento y experiencia</p> <p>F4. Brinda y cuenta con variedad en cortes de cabellos y peinados</p> <p>F5. Gran cantidad de clientes potenciales</p>	<p>O1. Financiamiento bancario accesible</p> <p>O2. Incorporación de nuevas tendencias</p> <p>O3. Probabilidad de ampliación</p> <p>O4. Contacto directo con proveedores experimentados</p> <p>O5. Compra de productos novedosos en el mercado</p> <p>FO1. Ofrecer a los visitantes una atención personalizada, asegurando la comodidad durante su estadía en el local (F1, F5, O2, O5)</p> <p>FO2. Brindar descuentos, exhibir promociones y ofertas excepcionales a clientes regulares para conseguir la fidelidad (F2, F5, O2, O5)</p> <p>FO3. Aperturar nuevos establecimientos porque existe gran cantidad de clientes y se cuenta con financiamiento bancario (F3, F5, O1, O3)</p> <p>FO4. Obsequiar vales de descuentos para clientes recurrentes (F4, F5, O1, O5)</p> <p>FO5. Realizar reforzamiento sobre el clima laboral y la atención al cliente (F3, O3, O4)</p>	<p>A1. Alto rango de habilidad</p> <p>A2. Elevada cantidad de productos suplentes</p> <p>A3. Aumento de precios en los productos utilizados</p> <p>A4. Publicidad masiva en la competencia directa</p> <p>A5. Precios bajos en los servicios de barbería</p> <p>FA1. Desarrollar ventajas competitivas en base a los productos y servicios ofrecidos (F1, F4, A2, A5)</p> <p>FA2. Utilizar los recursos de forma eficiente para evitar el despilfarro (F2, F5, A1, A3, A5)</p> <p>FA3. Mejorar determinados métodos para aumentar la identificación de la empresa (F2, F4, A1, A4)</p> <p>FA4. Lograr ser el líder con innovación y optimo servicio que las competencias (F1, F4, A2, A5)</p> <p>FA5. Administrar aumentos de precios de recursos con descuentos de servicio (F2, F4, F5, A2, A3, A5)</p>

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS D – O	ESTRATEGIAS D – A
<p>D1. Falta de tecnología y equipamiento</p> <p>D2. No dispone del área de contabilidad</p> <p>D3. Lista corta de promociones disponibles</p> <p>D4. Conflictos con el cliente por esperar su turno</p> <p>D5. Carencia de planificación</p>	<p>DO1. Implementar herramientas tecnológicas (D1, D2, O1, O5)</p> <p>DO2. Brindar adiestramiento para mejorar la productividad de los empleados (D3, D5, O2, O4, O5)</p> <p>DO3. Administrar el sistema de datos para llevar seguimiento de los clientes (D1, D4, O1, O2)</p> <p>DO4. Dirigir el mercado con planificación (D5, O1, O4)</p> <p>DO5. Realizar un seguimiento de todos los fondos asociados para una mejor gestión (D2, D5, O1, O3, O4)</p>	<p>DA1. Forjar alianzas con empresas específicas que proporcionen tecnología y equipos para la renovación de los implementos existentes (D1, D5, A2, A3)</p> <p>DA2. Crear y perfeccionar la fachada para hacerla más atractiva para el espectador (D2, D5, A1, A3)</p> <p>DA3. Crear un área para distraer a los clientes y/o visitantes (D4, D5, A1, A4)</p> <p>DA4. Comprar productos por mayor para ahorrar costos futuros (D2, D3, A3, A5)</p> <p>DA5. Crear un software innovador que asigne el turno adecuado a cada cliente (D1, D4, D5, A1, A4)</p>

8. Indicadores de gestión

Indicador	Problema	Causa	Consecuencia
Iniciativa	El 66.70% de los colaboradores casi nunca pueden desarrollar sus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos	Falta de autonomía para desarrollar las iniciativas y a la vez tomar decisiones	Poca innovación y creatividad, colaboradores insatisfechos con su labor y frustración por no desarrollar sus propuestas
		Falta de apoyo de los superiores y escasez de recursos para desarrollar sus ideas	Poco compromiso, personal desmotivado, baja calidad de trabajo y reducción de la productividad
		Falta de conocimiento de los objetivos de la empresa	Bajo rendimiento de los colaboradores, desmotivación laboral y falta de alineación
Trabajo en equipo	El 66.70% de los empleados casi nunca muestran compromiso para trabajar en equipo	Poca confianza en los compañeros o en la organización	Escasez de compromiso, falta de comunicación lo que puede causar confusiones, baja productividad e insatisfacción laboral
		Falta de recompensas, reconocimiento o motivación para implementar el trabajo en equipo	Empleados desmotivados, conflictos entre los miembros del equipo y poca colaboración
		Diferencias existentes de personalidad en los empleados	Falta de colaboración y cooperación de los empleados, disminución de la eficiencia y eficacia del equipo
Calidad de trabajo	El 66.70% de los trabajadores mencionan que la barbería casi nunca cuenta con planes para mejorar la calidad del servicio	Escasez de recursos tecnológicos, humanos o financieros para realizar mejoras en la calidad del servicio	Deficiencia en la atención al cliente, falta de innovación y reputación de la empresa dañada
		Falta de capacitación al personal y el conformismo o comodidad del trabajo	Bajo nivel de calidad en el servicio brindado, clientes insatisfechos, baja productividad y empleados desmotivados
		Bajo nivel de conciencia acerca de la importancia de la mejora de la calidad del servicio y la mejora continua	Pérdida de la competitividad en paralelo con otras empresas, disminución de clientes satisfechos y pérdida de confianza en la empresa

Control de implementos	El 66.70% de los colaboradores casi nunca brindan control adecuado a los implementos	Poca supervisión por parte de los superiores	Bajo nivel de productividad de la organización, reducción de la eficacia en el servicio brindado e implementos dañados
		Falta de capacitación con relación al uso correcto de los implementos	Posibles accidentes en la empresa, retraso al brindar un servicio, productividad afectada y desperdicio de recursos
		Bajo nivel de importancia por brindar un control adecuado y no saber qué consecuencias podrían generarse	Incumplimiento de las normas de seguridad y normas legales, repercusión en la productividad y perjuicio a la imagen de la organización
Aprobación del servicio	El 66.70% de los empleados indican que el cliente casi nunca muestra su aprobación una vez atendida su requerimiento	Falta de comunicación entre los empleados y los clientes	Desconfianza en la calidad del servicio brindado, falta de prestigio de la organización, malos entendidos y pérdida de clientes
		Bajo nivel de calidad del servicio brindado y expectativas no alcanzadas	Reducción de muestras de aprobación, clientes insatisfechos con el servicio recibido y reputación de la empresa dañada
		Malas experiencias previas adquiridas por el cliente incluso si se atendió su requerimiento	Presentaciones de reclamos por parte de clientes lo que afectaría la rentabilidad, dificultad para atraer nuevos clientes y repercusión en el desempeño de los empleados
Fidelización del cliente	El 66.70% de los trabajadores precisa que casi nunca la barbería aplica estrategias para la fidelización de los clientes	Bajo conocimiento de los superiores sobre las estrategias y herramientas existentes para lograr fidelizar a los clientes	Disminución de clientes, reputación e imagen afectadas, emplear más recursos para captar nuevos clientes lo que afectaría la rentabilidad de la empresa
		Escasez de recursos económicos, de personal o de tiempo para aplicar estrategias	Bajo nivel de ingresos, pérdida y reducción de clientes, disminución de rentabilidad y daño en la reputación de la empresa
		Enfoque en adquirir nuevos clientes que en mantener a los clientes potenciales o actuales	Incremento de gastos en promoción y marketing, disminución de lealtad de los clientes, riesgo de pérdida de ingresos a largo plazo

9. Problemas

Problemas	Surgimiento del problema
El 66.70% de los colaboradores casi nunca pueden desarrollar sus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos	Falta de autonomía para desarrollar las iniciativas y a la vez tomar decisiones
	Falta de apoyo de los superiores y escasez de recursos para desarrollar sus ideas
	Falta de conocimiento de los objetivos de la empresa
El 66.70% de los empleados casi nunca muestran compromiso para trabajar en equipo	Poca confianza en los compañeros o en la organización
	Falta de recompensas, reconocimiento o motivación para implementar el trabajo en equipo
	Diferencias existentes de personalidad en los empleados
El 66.70% de los trabajadores mencionan que la barbería casi nunca cuenta con planes para mejorar la calidad del servicio	Escasez de recursos tecnológicos, humanos o financieros para realizar mejoras en la calidad del servicio
	Falta de capacitación al personal y el conformismo o comodidad del trabajo
	Bajo nivel de conciencia acerca de la importancia de la mejora de la calidad del servicio y la mejora continua
El 66.70% de los colaboradores casi nunca brindan un control adecuado a los implementos que utilizan para brindar los servicios	Poca supervisión por parte de los superiores
	Falta de capacitación con relación al uso correcto de los implementos
	Bajo nivel de importancia por brindar un control adecuado y no saber qué consecuencias podrían generarse
El 66.70% de los empleados indican que el cliente casi nunca muestra su aprobación una vez atendida su requerimiento	Falta de comunicación entre los empleados y los clientes
	Bajo nivel de calidad del servicio brindado y expectativas no alcanzadas
	Malas experiencias previas adquiridas por el cliente incluso si se atendió su requerimiento
El 66.70% de los trabajadores precisan que la barbería casi nunca aplica estrategias para lograr la fidelización de los clientes	Bajo conocimiento de los superiores sobre las estrategias y herramientas existentes para lograr fidelizar a los clientes
	Escasez de recursos económicos, de personal o de tiempo para aplicar estrategias
	Enfoque en adquirir nuevos clientes que en mantener a los clientes potenciales o actuales

10. Establecer soluciones

Indicadores	Problemas	Acciones de mejora
Iniciativa	El 66.70% de los colaboradores casi nunca pueden desarrollar sus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos	Proponer capacitaciones a los empleados para que adquieran nuevas habilidades, fomentar el trabajo en equipo y estimular la mentalidad de liderazgo en los colaboradores
		Desarrollar reuniones con el área de administración; asimismo, mantener un seguimiento constante sobre los avances y los resultados obtenidos para realizar las mejoras y los ajustes respectivos
		Aplicar programas de recompensas y reconocimientos para los colaboradores que cooperen significativamente en el logro de las metas y objetivos de la empresa
Trabajo en equipo	El 66.70% de los empleados casi nunca muestran compromiso para trabajar en equipo	Desarrollar actividades para integrar el equipo y mejorar la confianza entre ellos, enfatizar en la importancia de la comunicación y plantear metas alcanzables y claras
		Brindar capacitación y formación continua al equipo, evaluar su desempeño constantemente y valorar el esfuerzo contribuido con incentivos y reconocimientos
		Desarrollar evaluaciones de personalidad o psicológicas para comprender sus debilidades y fortalezas, promover la inclusión de opiniones y reconocer las contribuciones únicas de cada trabajador
Calidad de trabajo	El 66.70% de los trabajadores mencionan que la barbería casi nunca cuenta con planes para mejorar la calidad del servicio	Proponer alianzas estratégicas con otras entidades para mejorar la calidad del servicio e implementar herramientas de gestión y tecnología para optimizar los procesos y reducir costos
		Aplicar programas de formación continua y desarrollar evaluaciones para identificar las fortalezas y los puntos débiles en relación a las habilidades y los conocimientos de los empleados
		Desarrollar campañas de concienciación dirigidas a clientes y empleados, emplear encuestas de satisfacción a los clientes y capacitar a los colaboradores sobre cómo pueden contribuir para mejorar la calidad del servicio

Control de implementos	El 66.70% de los colaboradores casi nunca brindan un control adecuado a los implementos que utilizan para brindar los servicios	Plantear procedimientos detallados sobre el control de los implementos (frecuencia y responsables), desarrollar auditorías para verificar el cumplimiento de las normas implantadas
		Elaborar manuales de uso de implementos y protocolos, desarrollar actualizaciones al personal sobre los implementos de la empresa y aplicar sistemas de evaluación al personal
		Desarrollar capacitaciones periódicas al personal sobre la importancia y las consecuencias del control de implementos, ejecutar medidas de seguridad y facilitar la identificación de los implementos
Aprobación del servicio	El 66.70% de los empleados indican que el cliente casi nunca muestra su aprobación una vez atendida su requerimiento	Retroalimentar a los empleados sobre los beneficios de la comunicación efectiva y emplear herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación entre clientes y empleados
		Desarrollar encuestas de satisfacción y aprobación dirigido a los clientes, aplicar un sistema de reclamos y quejas para atenderlos de manera eficaz y oportuna
		Plantear acciones para solucionar los problemas y comunicarlos al cliente para mejorar su experiencia en la empresa, brindar capacitación a los empleados sobre la resolución de conflictos y la atención al cliente
Fidelización del cliente	El 66.70% de los trabajadores precisan que la barbería casi nunca aplica estrategias para lograr la fidelización de los clientes	Proponer reuniones para entrenar a los superiores sobre la existencia de las herramientas de fidelización, realizar evaluaciones constantes para conocer el nivel de conocimiento e identificar las oportunidades de mejora
		Identificar y analizar los recursos existentes para gestionarlos de forma eficiente y así maximizar la efectividad de las estrategias de fidelización
		Desarrollar capacitaciones sobre la importancia de mantener relaciones a largo plazo con los clientes, aplicar métodos de fidelización para premiar a los clientes fieles y mantener su lealtad con la empresa

11. Recursos para la implantación de estrategias

N	ESTRATEGIAS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS TECNOLÓGICOS	TIEMPO	RECURSOS ECONÓMICOS
1	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer capacitaciones a los empleados para que adquieran nuevas habilidades, fomentar el trabajo en equipo y estimular la mentalidad de liderazgo en los colaboradores - Desarrollar reuniones con el área de administración; asimismo, mantener un seguimiento constante sobre los avances y los resultados obtenidos para realizar las mejoras y los ajustes respectivos - Aplicar programas de recompensas y reconocimientos para los colaboradores que cooperen significativamente en el logro de las metas y objetivos de la empresa 	Representante	<p style="text-align: center;">Internet Celular Laptop</p>	3 meses	S/. 2,000.00
2	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar actividades para integrar el equipo y mejorar la confianza entre ellos, enfatizar en la importancia de la comunicación y plantear metas alcanzables y claras - Brindar capacitación y formación continua al equipo, evaluar su desempeño constantemente y valorar el esfuerzo contribuido con incentivos y reconocimientos - Desarrollar evaluaciones de personalidad o psicológicas para comprender sus debilidades y fortalezas, promover la inclusión de opiniones y reconocer las contribuciones únicas de cada trabajador 			<p style="text-align: center;">Internet Proyector Laptop</p>	3 semanas

3	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer alianzas estratégicas con otras entidades para mejorar la calidad del servicio e implementar herramientas de gestión y tecnología para optimizar los procesos y reducir costos - Aplicar programas de formación continua y desarrollar evaluaciones para identificar las fortalezas y los puntos débiles en relación a las habilidades y los conocimientos de los empleados - Desarrollar campañas de concienciación dirigidas a clientes y empleados, emplear encuestas de satisfacción a los clientes y capacitar a los colaboradores sobre cómo pueden contribuir para mejorar la calidad del servicio 		<p style="text-align: center;">Celular Internet Laptop</p>	<p style="text-align: center;">3 meses</p>	<p style="text-align: center;">S/. 2,500.00</p>
4	<ul style="list-style-type: none"> - Plantear procedimientos detallados sobre el control de los implementos (frecuencia y responsables), desarrollar auditorías para verificar el cumplimiento de las normas implantadas - Elaborar manuales de uso de implementos y protocolos, desarrollar actualizaciones al personal sobre los implementos de la empresa y aplicar sistemas de evaluación al personal - Desarrollar capacitaciones periódicas al personal sobre la importancia y las consecuencias del control de implementos, ejecutar medidas de seguridad y facilitar la identificación de los implementos 		<p style="text-align: center;">Proyector Celular Laptop Internet</p>	<p style="text-align: center;">3 semanas</p>	<p style="text-align: center;">S/. 3,500.00</p>

5	<ul style="list-style-type: none"> - Retroalimentar a los empleados sobre los beneficios de la comunicación efectiva y emplear herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación entre clientes y empleados - Desarrollar encuestas de satisfacción y aprobación dirigido a los clientes, aplicar un sistema de reclamos y quejas para atenderlos de manera eficaz y oportuna - Plantear acciones para solucionar los problemas y comunicarlos al cliente para mejorar su experiencia en la empresa, brindar capacitación a los empleados sobre la resolución de conflictos y la atención al cliente 		<p>Laptop Celular Internet Proyector</p>	3 meses	S/. 3,000.00
6	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer reuniones para entrenar a los superiores sobre la existencia de las herramientas de fidelización, realizar evaluaciones constantes para conocer el nivel de conocimiento e identificar las oportunidades de mejora - Identificar y analizar los recursos existentes para gestionarlos de forma eficiente y así maximizar la efectividad de las estrategias de fidelización - Desarrollar capacitaciones sobre la importancia de mantener relaciones a largo plazo con los clientes, aplicar métodos de fidelización para premiar a los clientes fieles y mantener su lealtad con la empresa 		<p>Internet Celular Laptop</p>	3 semanas	S/. 3,500.00
Total					S/.17,500.00

12. Cronograma de actividades

N	ESTRATEGIAS	INICIO	TÉRMINO	Julio			Agosto			Setiembre				
				1	2	3	1	2	3	1	2	3		
1	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer capacitaciones a los empleados para que adquieran nuevas habilidades, fomentar el trabajo en equipo y estimular la mentalidad de liderazgo en los colaboradores - Desarrollar reuniones con el área de administración; asimismo, mantener un seguimiento constante sobre los avances y los resultados obtenidos para realizar las mejoras y los ajustes respectivos - Aplicar programas de recompensas y reconocimientos para los colaboradores que cooperen significativamente en el logro de las metas y objetivos de la empresa 	01/07/2024	30/09/2024	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar actividades para integrar el equipo y mejorar la confianza entre ellos, enfatizar en la importancia de la comunicación y plantear metas alcanzables y claras - Brindar capacitación y formación continua al equipo, evaluar su desempeño constantemente y valorar el esfuerzo contribuido con incentivos y reconocimientos - Desarrollar evaluaciones de personalidad o psicológicas para comprender sus debilidades y fortalezas, promover la inclusión de opiniones y reconocer las contribuciones únicas de cada trabajador 	01/07/2024	30/09/2024				X			X				X
3	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer alianzas estratégicas con otras entidades para mejorar la calidad del servicio e implementar herramientas de gestión y tecnología para optimizar los procesos y reducir costos - Aplicar programas de formación continua y desarrollar evaluaciones para identificar las fortalezas y los puntos débiles en relación a las habilidades y los conocimientos de los empleados - Desarrollar campañas de concienciación dirigidas a clientes y empleados, emplear encuestas de satisfacción a los clientes y capacitar a los colaboradores sobre cómo pueden contribuir para mejorar la calidad del servicio 	01/07/2024	30/09/2024	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

4	<ul style="list-style-type: none"> - Plantear procedimientos detallados sobre el control de los implementos (frecuencia y responsables), desarrollar auditorías para verificar el cumplimiento de las normas implantadas - Elaborar manuales de uso de implementos y protocolos, desarrollar actualizaciones al personal sobre los implementos de la empresa y aplicar sistemas de evaluación al personal - Desarrollar capacitaciones periódicas al personal sobre la importancia y las consecuencias del control de implementos, ejecutar medidas de seguridad y facilitar la identificación de los implementos 	01/07/2024	30/09/2024			X				X				X	
5	<ul style="list-style-type: none"> - Retroalimentar a los empleados sobre los beneficios de la comunicación efectiva y emplear herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación entre clientes y empleados - Desarrollar encuestas de satisfacción y aprobación dirigido a los clientes, aplicar un sistema de reclamos y quejas para atenderlos de manera eficaz y oportuna - Plantear acciones para solucionar los problemas y comunicarlos al cliente para mejorar su experiencia en la empresa, brindar capacitación a los empleados sobre la resolución de conflictos y la atención al cliente 	01/07/2024	30/09/2024	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
6	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer reuniones para entrenar a los superiores sobre la existencia de las herramientas de fidelización, realizar evaluaciones constantes para conocer el nivel de conocimiento e identificar las oportunidades de mejora - Identificar y analizar los recursos existentes para gestionarlos de forma eficiente y así maximizar la efectividad de las estrategias de fidelización - Desarrollar capacitaciones sobre la importancia de mantener relaciones a largo plazo con los clientes, aplicar métodos de fidelización para premiar a los clientes fieles y mantener su lealtad con la empresa 	01/07/2024	30/09/2024			X			X				X		

VI. Conclusiones

Se llegó a la conclusión, que la propuesta de mejora presentada en este caso de estudio, busca realizar las mejoras respectivas con relación a las variables, para que de esta manera se puedan mitigar los problemas respecto a la falta de atención hacia los colaboradores, su bajo nivel de compromiso al trabajar en equipo y la calidad de su servicio, en otras palabras, potenciar su desempeño laboral; así también conseguir la aprobación de los clientes respecto a sus apreciaciones sobre el servicio brindado, valorando sus comentarios y convertirlos en una oportunidad para resolver errores, optimizando de este modo la atención al cliente

La mayoría mencionaron que casi nunca le permiten desarrollar sus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos, afirmaron que a veces mantienen una comunicación fluida dentro de la barbería, también consideran que casi nunca existe compromiso para trabajar en equipo en la barbería, mencionan que casi nunca adquieren conocimientos con la finalidad de fortalecer sus habilidades, así mismo indicaron que casi nunca el ambiente laboral en la barbería es el indicado para tener un buen desempeño, mencionaron que casi nunca la barbería brinda capacitaciones para potenciar sus conocimientos, de la misma forma indicaron que casi nunca el trabajo que se realiza ayuda a lograr los objetivos establecidos por la barbería, manifestaron que la barbería casi nunca cuenta con planes para mejorar la calidad del servicio brindado, finalmente indicaron que a veces se emplea la lluvia de ideas para fortalecer el rendimiento laboral y que casi nunca la relación laboral entre los trabajadores es la adecuada.

La mayoría manifestaron que casi nunca se mantiene un control adecuado de los implementos de trabajo de la barbería, indicaron que la barbería casi nunca identifica las deficiencias en la satisfacción de los clientes para implementar mejora, así mismo indicaron que la barbería casi nunca se preocupa por conocer los gustos y preferencias de los clientes, consideraron que la barbería casi nunca brinda atención a los requerimientos de los clientes, también mencionaron que casi nunca el cliente muestra su aprobación frente al servicio una vez atendido su requerimiento, de la misma forma indicaron que la barbería casi nunca aplica estrategias de fidelización de los clientes.

La propuesta de mejora se enfocó en la falta de compromiso por parte de los colaboradores, deficiencias en la propuesta de metas para el logro de los objetivos, así como en

el control del desarrollo de sus actividades, bajo nivel de comunicación entre los líderes y colaboradores, bajo interés por cuidar los implementos y poco deseo de superación y crecimiento en el mercado. Por ello, se diseñaron medidas con el fin de conseguir la mejora de estos aspectos y así alcanzar resultados positivos para la empresa; en ella se integraron estrategias a fin de mejorar la participación de los colaboradores, técnicas para tener un mejor trato con los clientes y con ello disminuir las falencias y deficiencias. Con esta propuesta contribuimos a que la Mype de estudio pueda identificar sus debilidades y posibles problemas existentes en sus procesos; de la misma forma reestructurar sus objetivos que le permitirán incrementar su potencial, promoviendo un ambiente laboral óptimo para favorecer el desenvolvimiento de los colaboradores, enfocándose en sus clientes y en la calidad de sus servicios, de modo que logre destacarse en el mercado.

VII. Recomendaciones

Programar reuniones donde se detallen los objetivos de la empresa y establecer metas que tengan una bonificación al cumplirse; tomando en cuenta que utilizando la lluvia de ideas se pueden potenciar las estrategias de mejora con el equipo de trabajo, esto con el fin de conseguir la familiarización de los empleados con los objetivos establecidos.

Proponer una guía sobre las estrategias de comunicación para conocer su importancia dentro del trabajo en equipo, estableciendo pautas para que los empleados se encuentren en una misma sintonía; ello permitirá que se expresen las opiniones y necesidades existentes, con opción a que se puedan realizar los ajustes necesarios para conseguir un mejor rendimiento, así como garantizar que se tenga conocimiento de las expectativas sin tener conflictos posteriores.

Planificar periódicamente reuniones de integración con el fin de fortalecer la relación entre los trabajadores, dónde también se reconozca el empeño y compromiso de los mismos, para estimular de esa forma la productividad dentro de la empresa; así también brindar atención a las peticiones de los trabajadores a favor del desarrollo de sus labores, como para situaciones de índole personal.

Considerar los aspectos que tengan referencia con el Desempeño Laboral y la Atención al Cliente, dado que más allá de ser una empresa que cuenta con años de vigencia y experiencia dentro del rubro, muestra que aún no tiene ganado completamente el mercado donde opera, es por ello que se debe considerar el hecho de desarrollar técnicas nuevas para lograr superar este problema.

Referencias Bibliográficas

- Accenture. (2019). *Revela Accenture claves en los niveles de servicio* . Obtenido de The Logistic World: <https://thelogisticsworld.com/historico/revela-accenture-claves-en-los-niveles-de-servicio/>
- Alles, M. A. (2019). *Formación, capacitación, desarrollo*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica.
- Alles, M. A. (2022). *Desempeño por competencias* (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: Granica. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Desempe%C3%B1o_En_La_Pr%C3%A1ctica/QeCWEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=evaluacion+del+desempe%C3%B1o+en+la+organizacion&printsec=frontcover
- Ander. (2019). *Aprender a investigar: Nociones básicas para la investigación social*. Córdoba: Brujas.
- Barbosa Moreno, A., Mar Orozco, C. E., & Molar Orozco, J. F. (2020). *Metodología de la investigación. Métodos y técnicas* (Primera ed.). (P. Educación, Ed.) México D.F., México. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_M%C3%A9todo/e5otEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- Barragan Arebalo, F. (2019). *Caracterización del marketing para la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector vitivinícola en el distrito de San Vicente de Cañete, 2019*. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote – ULADECH.
- Bautista, R., Cienfuegos, R., & Aguilar, J. (2020). *El desempeño laboral desde una perspectiva teórica*. Lima. Obtenido de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1417/1788
- Bensusán Reinoso, G. (2021). *Diseño legal y desempeño real: Instituciones laborales en América Latina* (Segunda ed.). México D.F., México : Miguel Ángel Porrúa.

- Blancas, C. (2019). *Derechos fundamentales de la persona y relación de trabajo*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=stPASyDhwGEC&oi=fnd&pg=PA19&dq=relaciones+de+las+personas+en+el+trabajo&ots=5umfuAAImF&sig=JIFU3oS8lc8Vhwdc2Zox0-hUWvE#v=onepage&q=relaciones.de.las.personas.en.el.trabajo&f=false>
- Broseta Ruiz, A. S. (2021). Problemática de los Emprendedores Chile. *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/ideas-emprendimiento-chile/358260-financiamiento-para-emprendedores-chile>
- Burbano, Á., Velastegui, E., Villamarin, J., & Novillo, C. (2023). *El marketing relacional y la fidelización del cliente*. Obtenido de <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/683>
- Callupe Vivanco, R. C. (2022). *Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en mype rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022*. Tesis, Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Facultad de ciencias e Ingeniería , Lima. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/28586/GESTION_MYPE_CALLUPE_VIVANCO_ROBERT.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cardenas Quispe, S. (2022). *Gestión de Calidad y Atención al Cliente en mypes del rubro panadería, Urb. Las Flores de San Juan de Lurigancho, Lima 2022*. Tesis, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Escuela Profesional de Administración , Lima. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/28199/GESTION_CALIDAD_CARDENAS_QUISPE_SONIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Casella Rodriguez, R. A. (2022). Desafíos para las pequeñas y medianas empresas españolas. *Thing Big/Empresas*. Obtenido de <https://empresas.blogthinkbig.com/desafios-para-pymes-espanolas/>.
- Castillo De La Cruz, J. (2020). *Propuesta de mejora del Desempeño Laboral para la Gestión De Calidad de la mype del sector servicio, rubro restaurante, caso: "Coral", San Vicente - Cañete, 2020*. Tesis, Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote - ULADECH, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas , Cañete.

- Castillo, I. (2021). *GESTIÓN DE CALIDAD EN LA CAPACITACIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO PELUQUERÍAS DE LA CIUDAD DE HUARAZ*, 2018. Huaraz. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24534/CALIDAD_C APACITACION_CASTILLO_RAMIREZ_IRMA_BELINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cegarra Navarro, J. G., & Martínez Martínez, A. (2021). *Gestión del conocimiento. Una ventaja competitiva*. Bogotá, Colombia: Alfaomega. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_del_conocimiento/kaFxEAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Indicadores+de+gesti%C3%B3n+y+del+conocimiento+en+la+empresa&printsec=frontcover
- Chacon, J. (2020). *ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR HOTELERO, POR IMPLICANCIAS DEL COVID-19, EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO - 2020*. Huánuco. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.13032/19039/SECTOR_HOTELERO_CHACON_%20CABRERA_%20JUAN_%20CARLOS.pdf
- Chiavenato, I. (2020). *Gestión del talento humano* (Quinta ed.). Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana.
- Durán Asencio, A. (2020). *Gestión del puesto y evaluación del desempeño* (Primera ed.). España: Editorial Elearning. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_del_puesto_y_evaluaci%C3%B3n_del_de/3Cj-DwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=desempe%C3%B1o+laboral+caracteristicas&printsec=frontcover
- Escurre Marchan, L. A. (2020). *Caracterización del Desempeño Laboral y Gestión Calidad de las mypes, Sector Servicio rubro restaurante, provincia de Contralmirante Villar 2018*. Tesis, Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote – ULADECH, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas .

- Fernández López, F. (2022). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Logroño, La Rioja, España: Tutor Formación. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Comunicaci%C3%B3n_efectiva_y_trabajo_en_equi/qLZoEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=la+importancia+del+trabajo+en+equipo+en+las+empresas&pg=PA122&printsec=frontcover
- Finch Stoner, J. A. (2020). *Administración* (Sexta ed.). México D.F., México: Pearson Educación.
- Frías Navarro, D. (2022). *Apuntes de estimacion de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida*. Valencia, Comunidad Valenciana, España: Universidad de Valencia. Obtenido de <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- Gabini, S. (2019). *Potenciales Predictores Del Rendimiento Laboral*. Buenos Aires, Argentina: Teseo. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Potenciales_Predictores_Del_Rendimiento/zNmfvwEACAAJ?hl=es-419
- Galán Amador, M. (Agosto de 2019). Las Hipotesis en la Investigación. *Metodología de la Investigación*.
- Galindo Domínguez, H. (2020). *Estadística para no estadísticos: Una guía básica sobre la metodología cuantitativa de trabajos académicos* (Primera ed.). Alcoy, Alicante, España: 3Ciencias. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2020/03/Estad%C3%ADstica-para-no-estad%C3%ADsticos-Una-gu%C3%ADa-b%C3%A1sica-sobre-la-metodolog%C3%ADa-cuantitativa-de-trabajos-acad%C3%A9micos-2.pdf>
- García Prado, E. (2022). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. Paraninfo. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_de_la_atenci%C3%B3n_al_cliente_cons/c_mjEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Gesti%C3%B3n+de+la+atenci%C3%B3n+al+cliente/consumidor&printsec=frontcover

- Garrell Guiu, A. (2021). *La Competitividad y sus claves* (Tercera ed.). València, Barcelona, España: Marge Books. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/La_competitividad_y_sus_claves/ehkmEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=definici%C3%B3n+de+competitividad+seg%C3%BAn+autores&printsec=frontcover
- Gil López, J. (2020). *Fundamentos de atención al cliente* (Primera ed.). España: Editorial Elearning. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/COMT004PO_Fundamentos_de_atenci%C3%B3n_al_cl/VGzoDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=clientes+y+los+servicios+2020&printsec=frontcover
- González Acedo, J., & Pérez Aroca, R. (2020). *Formación y orientación laboral* (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Formaci%C3%B3n_y_orientaci%C3%B3n_laboral_Fundam/QwPtDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=las+relaciones+interpersonales+laborales+2020&pg=PA107&printsec=frontcover
- Guartán , A. (2022). La evaluación del desempeño laboral desde una perspectiva integral de varios factores. *Digital Publisher CEIT*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=26581>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2021). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Sexta ed.). México D.F., México : McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2019). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mc Graw Hill Education.
- Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, P., & Méndez Valencia, S. (2019). *Metodología de la investigación para bachillerato*. México D.F., México : McGraw Hill.
- Huanto Huanca, A. E. (2021). *Capacitación al personal en Atención al Cliente y paquetes turísticos en la Agencia de Viajes “Bolivia Pachamama Travel”*. Universidad Mayor de

- San Andres, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Paz. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/26150/ML-618.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Iglesias, A., & Torres, J. (2021). *Un acercamiento al clima organizacional*. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/revcubenf/cnf-2018/cnf181o.pdf>
- Iglesias, A., & Torres, J. (2021). *Un acercamiento al clima organizacional*. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/revcubenf/cnf-2018/cnf181o.pdf>
- Isaza Serrano, A. T. (2020). *Control interno y sistema de gestión de calidad* (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Juárez, F. (2021). *Principios de marketing*. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Principios_de_marketing/afx9DwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- León Muñoz, J. L. (2021). *Financiamiento para Empresas Perú 2021*. Rankia. Obtenido de <https://www.rankia.pe/blog/mejores-depositos-plazo-fijo/4099550-financiamiento-para-empresas-peru>.
- Leyva Cubillas, L. L. (2021). Clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores. *Revista Científica de la UCSA*. Obtenido de http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2409-87522021000200003&script=sci_arttext
- López Salas, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario* (Primera ed.). Meres, Madrid, España: Paraninfo. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Atenci%C3%B3n_al_cliente_consumidor_y_usuario/jpzODwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=conformidad+en+los+clientes+2020&pg=PA157&printsec=frontcover

- Mamani, Y., & Cáceres, J. (2019). *Desempeño laboral: una revisión teórica*. Lima. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2260/Yini_Trabajo_Bac_hillerato_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martí Fabregó, N. (2022). *El Director de calidad en empresas de alojamiento y restauración: Diseño, planificación, implantación, supervisión y control práctico del servicio*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/El_director_de_calidad_en_empresas_de_alojamiento_y_restauracion/DjN0dEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=definici%C3%B3n+de+expectativas+del+cliente+seg%C3%BA+n+a+autores&pg=PA3&printsec=frontcover
- Mayor, P. (2019). *PROPUESTA PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS RESTAURANTES DE SANTIAGO DE CALI EN LA COMUNA DOS*. https://repository.usc.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12421/1937/PROPUESTA_PARA_MEJORAR.pdf?sequence=1.
- Meza Castro, K. G., & Rodríguez Suárez, I. G. (2019). *Análisis de la Seguridad Industrial y su Incidencia en el Desempeño Laboral en los Restaurantes ubicados en el centro de la Ciudad de Guayaquil*. Tesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Guayaquil.
- Moreno, M. (2020). *Arquetipos: Conocer al cliente, la base para gestionar su experiencia*. Madrid, España. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7733962>
- Moya, L. (2022). *La empatía: entenderla para entender a los demás*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MPakDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=empat%C3%ADa&ots=0-MZszqOoc&sig=9aLctTXUpRCh8KwuFtl5ZtdksGM#v=onepage&q=empat%C3%ADa&f=false>

- Muguerza Vargas, A. M. (2022). *Gestión del talento humano y su relación con el Desempeño Laboral de una pyme de estética, los olivos - lima, 2022*. Tesis, Universidad Peruana de las Américas , Escuela Profesional de Administración y Gestión de Empresas, Lima.
- Nava Carbellido, V. M. (2022). *¿Qué es la Calidad? Conceptos, gurús y modelos fundamentales*. (G. N. Editores, Ed.) Balderas, México D.F., México : Limusa. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=gdGs172KeoC&newbks=0&printsec=frontcover&dq=la+calidad+libroprintsecfrontcover&hl=es-419&source=newbks_fb&redir_esc=y
- Noreña Ruiz, I. (2021). *La Motivación como factor determinante en el Desempeño Laboral, en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio: Caso Salón & Spa Adrian Coiffure - Callería, 2019*. Tesis, Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote – ULADECH, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas , Huaraz.
- O´rea Lanz, F. (05 de 02 de 2020). *Ingeniería Hecha Simple*. Obtenido de La bendita Muestra Censal: <https://ingenieriahechasimple.wordpress.com/2020/02/05/la-bendita-muestra-censal/>
- Ormeño Alonso, J., Carvajal Martín, L., & Sanz Sumelzo, L. (2022). *Atención al cliente*. Editex. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/CFGB_Atenci%C3%B3n_al_cliente_2022/CYB8EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=conocer+al+cliente+2022&pg=PA62&printsec=frontcover
- Ortiz, B., & Zarate, J. (2021). *Control interno y la eficiencia administrativa en las empresas comercializadoras de implementos de seguridad del Valle del Mantaro*. Huancayo, Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.506890.12894/2450>
- Ortoll, E. (2022). *Gestión del conocimiento y competencia informacional en el puesto de trabajo*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Eva-Ortoll-Espinet/publication/228430210_Gestion_del_conocimiento_y_competencia_informaci

onal_en_el_puesto_de_trabajo/links/0c9607ei8d9c05289dc56221/Gestion-del-
conocimiento-y-competencia-informacional-en-el-puesto-de-

Ossa Hallo, P. (2021). *Descubriendo paso a paso la excelencia en servicio al cliente* (Segunda ed.). México D.F., México : EDIQUID.

Pablo, M. (2021). ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO PELUQUERÍAS Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA DEL DISTRITO DE SANTA, AÑO 2019. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23934/ATENCION_AL_CLIENTE_PABLO_%20PINO_%20MAYRA_%20JAQUELINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Padua , J. (2020). *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales* (Primera ed.). (L. E. aguilar, Ed.) México DF, México: Fondo de cultura económica. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/T%C3%A9nicas_de_investigaci%C3%B3n_aplicadas_a/1g9jDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=el+cuestionario+como+instrumento+de+recoleccion+de+datos&pg=PT17&printsec=frontcover

Palella, & Martins. (2023). *Metodología de la investigación cuantitativa* (Segunda ed.). FEDUPEL.

Palomo Martínez, M. (2022). *Atención al cliente* (Segunda ed.). Madrid, España: Paraninfo. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Atenci%C3%B3n_al_cliente_2_%C2%AA_edici%C3%B3n_2022/IPV2EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=la+calidad+del+servicio+2022&pg=PA88&printsec=frontcover

Peinado Aguayo, J. M. (2019). *Desempeño 3.0 Guía básica para el crecimiento profesional* (Segunda ed.). Madrid, España: Bubok Publishing S.L.

- Pomar Guerrero, E. V. (2021). *Gestión de Calidad con el uso de la Motivación de Frederick Herzberg y Plan de Mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro corte de cabello, peinados-salón de belleza en la ciudad de Huaraz, 2018*. Tesis, Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote – ULADECH, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Huaraz.
- Quetglas Pérez, Á. (2020). *Competencias clave para el trabajo*. México D.F., México: Pearson Educación.
- Quispe, A., Barboza, E., Gonzales, V., & Cacho, A. (2021). *Calidad en el trabajo*. Obtenido de <https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v9i2.181>
- Rajadell Carreras, M. (2019). *Creatividad. Emprendimiento y mejora continua*. Barcelona, España: Editorial Reverté. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Creatividad_Emprendimiento_y_mejora_cont/QNPrDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=mejora+continua+en+el+negocio&pg=PA166&printsec=frontcover
- Reyna Quiñonez, Y. A. (2022). *La Atención al Cliente en el “Restaurante D’ Fernando” del complejo Las Palmas, Ciudad Esmeraldas*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Hotelería y Turismo, Esmeraldas. Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/3bbca142-75b8-4870-8953-a6f7375db8b7/content>
- Robbins P., S. (2019). *Comportamiento Organizacional* (Decimotercera ed.). (P. -P. Hall, Ed.) México D.F., México .
- Rodríguez Naranjo, B. P. (2019). *Gestión de Calidad de los servicios para mejorar el Desempeño Laboral en el Hotel Riobamba INN. de la ciudad de Riobamba*. Tesis, Universidad Nacional De Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas , Riobamba.
- Romero Vargas, F. I. (2019). *La Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente, en las micro y pequeñas empresas, del Sector Servicio rubro Salón Spa de la Avenida Postes, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2018*. Tesis, Universidad Católica los

Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Lima. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/30751/GESTION_CALIDAD_ROMERO_VARGAS_FIORELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Romero, E. (2020). CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO OTROS TIPOS DE VENTAS AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE BELLEZA Y COSMÉTICOS EN EL DISTRITO DE HUARAZ, 2016. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/8502/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ROMERO_BAYLON_ESPERANZA_FIORELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SUNAT. (2022). El ABC de la Micro y Pequeña Empresa. *Equilibrio*.

Topa Cantisano, G. (2022). *Psicología del las organizaciones*. Alcorcón, Madrid, España: Editorial Sanz y Torres. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Psicolog%C3%ADa_de_las_Organizaciones/8Cx1EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=importancia+del+desempe%C3%B1o+laboral+2022&pg=PA225&printsec=frontcover

Ugalde Sandoval, H. G. (2020). *Atención al Cliente en la microempresa "El Baratazo", en la Provincia de Esmeraldas*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Administración de Empresas, Esmeraldas. Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b0494c9c-3adf-43fc-a7ea-abb6dd45de36/content>

ULADECH. (2023). *REGLAMENTO DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA EN LA INVESTIGACIÓN*. Versión 001, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote.

- ULADECH. (2024). *REGLAMENTO DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA EN LA INVESTIGACIÓN*. Versión 001, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Obtenido de file:///C:/Users/Brenda%20T.%20Luyo/Downloads/Reglamento%20de%20Integridad%20Cient%3%ADfca%20Versi%3%B3n_001ultimo-1.pdf
- Uribe Prado, J. F. (2019). *Clima y ambiente organizacional: Trabajo, salud y factores psicosociales*. México D.F., México : El Manual moderno. Obtenido de <https://dheduacion.com/wp-content/uploads/2019/02/Clima-y-ambiente-organizacional>
- Valbuena, E., & Monfort, A. (2020). *Ética, deontología y responsabilidad social empresarial*. Pozuelo de Alarcón, Madrid, España: ESIC Business & Marketing School. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/%C3%89tica_deontolog%C3%ADa_y_resp onsabilidad_so/8Iv-DwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=la+importancia+de+la++comunicaci%C3%B3n+empresarial&pg=PA219&printsec=frontcover
- Valle Cabrera, R. (2019). *La Gestión de los Recursos Humanos* (Tercera ed.). Madrid, España: MC Graw Hill.
- Vaquer, A. (2020). *El principio de conformidad*. Obtenido de <https://repositori.udl/items/371989554431831-77a0-4985-9cb0-0be81998gh878e9bf2>
- Velázquez nuñez, Aldrin;. (2020). *Question Pro*. Obtenido de ¿Qué es el análisis descriptivo?: [https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-descriptivo./](https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-descriptivo/)
- Zambrano Jechan, J. I. (2021). *Análisis de priorización de requerimientos en un servicio de atención a clientes*. Santiago de Chile, Chile. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/169980/Analisis-de-priorizacion-de-requerimientos-en-un-servicio-de-atencion-a-clientes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora del desempeño laboral para mejorar el servicio de atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024?</p>	<p>Objetivo general: Establecer una propuesta de mejora del desempeño laboral para mejorar el servicio de atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir las características del desempeño laboral de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024. - Describir las características de la atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024. - Elaborar la propuesta de un plan de mejora para la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024. 	<p>En el presente trabajo de investigación no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva – de propuesta.</p> <p>Como señala Galán (2019) no todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo o cualitativo) no las requieren porque no se emplean relaciones de causa y efecto, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación.</p>	<p>Variable 01: Desempeño Laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> - Características del Desempeño Laboral - Factores del desempeño - Desempeño Laboral <p>Variable 02: Atención al Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servicio - Empatía - Conformidad 	<p>Tipo de Investigación: Cuantitativo</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo – de propuesta</p> <p>Diseño de Investigación: Transversal – no experimental</p> <p>Población y muestra: Población: 09 empleados Muestra: 09 empleados</p>

Anexo 02: Instrumento de recolección de información



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **Propuesta de mejora del desempeño laboral para mejorar el servicio de atención al cliente de la empresa Barbería Macha Barbershop, Cañete, 2024**. Para obtener el título profesional de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que proporcione. La información aportada será confidencial y de uso académico, se agradece su participación.

I. REFERENTE A LA VARIABLE DESEMPEÑO LABORAL

DIMENSIÓN: CARACTERÍSTICAS

1. ¿En la empresa permiten desarrollar tus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

2. ¿La comunicación es fluida dentro de la barbería?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

3. ¿Existe compromiso para trabajar en equipo?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

DIMENSION: FACTORES DEL DESEMPEÑO

4. ¿Usted adquiere conocimientos a fin de fortalecer sus habilidades?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca

- c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre
5. ¿El ambiente laboral en la barbería es el indicado para un buen desempeño?
- a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre
6. ¿La barbería brinda capacitaciones para potenciar sus conocimientos?
- a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

DIMENSIÓN: DESEMPEÑO LABORAL

7. ¿El trabajo que se realiza en la barbería ayuda a lograr los objetivos establecidos por la empresa?
- a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre
8. ¿La barbería cuenta con planes para mejorar la calidad de servicio?
- a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre
9. ¿La barbería emplea la lluvia de ideas para fortalecer el rendimiento laboral?
- a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre
10. ¿Consideras que la relación laboral entre los trabajadores es la adecuada?
- a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

II. REFERENTE A LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

DIMENSIÓN: SERVICIO

11. ¿Se mantiene un control adecuado sobre sus implementos?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

12. ¿La barbería identifica las deficiencias en la satisfacción de los clientes para implementar mejora?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

13. ¿La barbería se preocupa por conocer los gustos y preferencias de sus clientes?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

DIMENSIÓN: EMPATÍA

14. ¿La barbería brinda atención a los requerimientos de los clientes?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

15. ¿El cliente muestra su aprobación frente al servicio una vez atendido su requerimiento?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

DIMENSIÓN: CONFORMIDAD

16. ¿La barbería aplica estrategias para la fidelización de los clientes?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. A veces
 - d. Casi siempre
 - e. Siempre

Anexo 03: Ficha técnica de los instrumentos

– Validador 01

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombre y Apellidos: AURELIO FRANCISCO, ALVAREZ GALLEGOS	
Nº DNI: 29571960	Edad: 56 años
Teléfono/Celular: 946660599	E-mail: afalvarezg@uladech.edu.pe
<hr/>	
Título profesional: LICENCIADO EN EDUCACIÓN	
Grado académico: Maestría (X) Doctorado ()	
Especialidad: EDUCACIÓN	
Institución que labora: UNVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE	
<hr/>	
Identificación del Proyecto de Investigación o tesis	
Título: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024	
Autor: CRISTIAN ALFREDO CIRIACO MUÑOZ	
Programa académico: ADMINISTRACIÓN	
<hr/>	
 <i>Dr. Aurelio F. Álvarez Gallegos</i> _____	 _____
Firma	Huella Digital

CARTA DE PRESENTACIÓN AL EXPERTO

Mgtr. Aurelio Francisco, Álvarez Gallegos

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: **CRISTIAN ALFREDO CIRIACO MUÑOZ** egresado del programa académico de **ADMINISTRACIÓN** de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024** y envío a Ud. El expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Firma

DNI: 70145568

Egresado

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024								
N°	VARIABLE 1: DESEMPEÑO LABORAL	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	DIMENSIÓN 1: CARACTERÍSTICAS DEL DESEMPEÑO LABORAL							
1	¿En la empresa permiten desarrollar tus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos?	X		X		X		
2	¿La comunicación es fluida dentro de la barbería?	X		X		X		
3	¿Existe compromiso para trabajar en equipo?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: FACTORES DEL DESEMPEÑO							
4	¿Usted adquiere conocimientos a fin de fortalecer sus habilidades?	X		X		X		
5	¿El ambiente laboral en la barbería es el indicado para un buen desempeño?	X		X		X		
6	¿La barbería brinda capacitaciones para potenciar sus conocimientos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: DESEMPEÑO LABORAL							
7	¿El trabajo que se realiza en la barbería ayuda a lograr los objetivos establecidos por la empresa?	X		X		X		
8	¿La barbería cuenta con planes para mejorar la calidad de servicio?	X		X		X		
9	¿La barbería emplea la lluvia de ideas para fortalecer el rendimiento laboral?	X		X		X		

10	¿Consideras que la relación laboral entre los trabajadores es la adecuada?	X		X		X		
VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE								
DIMENSIÓN 1: SERVICIO								
11	¿Se mantiene un control adecuado sobre sus implementos?	X		X		X		
12	¿La barbería identifica las deficiencias en la satisfacción de los clientes para implementar mejora?	X		X		X		
13	¿La barbería se preocupa por conocer los gustos y preferencias de sus clientes?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: EMPATÍA								
14	¿La barbería brinda atención a los requerimientos de los clientes?	X		X		X		
15	¿El cliente muestra su aprobación frente al servicio una vez atendido su requerimiento?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: CONFORMIDAD								
16	¿La barbería aplica estrategias para la fidelización de los clientes?	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Mgtr. Aurelio Francisco, Álvarez Gallegos

DNI: 29571960


 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
 CHIMBOTE - FILIAL JULIACA


Dr. Aurelio F. Álvarez Gallegos

Firma



– Validador 02

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombre y Apellidos: ESPINOZA OTOYA, VÍCTOR HUGO

Nº DNI: 07535731

Edad: 69 años

Teléfono/Celular: 996468340

E-mail: eotoyav@gmail.com

Título profesional: LICENCIADO EN EDUCACIÓN

Grado académico: Maestría (X) Doctorado ()

Especialidad: EDUCACIÓN

Institución que labora: UNVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

Identificación del Proyecto de Investigación o tesis

Título: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024

Autor: CRISTIAN ALFREDO CIRIACO MUÑOZ

Programa académico: ADMINISTRACIÓN



Firma



Huella Digital

CARTA DE PRESENTACIÓN AL EXPERTO

Mgtr. Espinoza Otoyá Víctor Hugo

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: **CRISTIAN ALFREDO CIRIACO MUÑOZ** egresado del programa académico de **ADMINISTRACIÓN** de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024** y envío a Ud. El expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Firma

DNI: 70145568

Egresado

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024								
N°	VARIABLE 1: DESEMPEÑO LABORAL	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	DIMENSIÓN 1: CARACTERÍSTICAS DEL DESEMPEÑO LABORAL							
1	¿En la empresa permiten desarrollar tus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos?	X		X		X		
2	¿La comunicación es fluida dentro de la barbería?	X		X		X		
3	¿Existe compromiso para trabajar en equipo?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: FACTORES DEL DESEMPEÑO							
4	¿Usted adquiere conocimientos a fin de fortalecer sus habilidades?	X		X		X		
5	¿El ambiente laboral en la barbería es el indicado para un buen desempeño?	X		X		X		
6	¿La barbería brinda capacitaciones para potenciar sus conocimientos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: DESEMPEÑO LABORAL							
7	¿El trabajo que se realiza en la barbería ayuda a lograr los objetivos establecidos por la empresa?	X		X		X		
8	¿La barbería cuenta con planes para mejorar la calidad de servicio?	X		X		X		
9	¿La barbería emplea la lluvia de ideas para fortalecer el rendimiento laboral?	X		X		X		

10	¿Consideras que la relación laboral entre los trabajadores es la adecuada?	X		X		X		
VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE								
DIMENSIÓN 1: SERVICIO								
11	¿Se mantiene un control adecuado sobre sus implementos?	X		X		X		
12	¿La barbería identifica las deficiencias en la satisfacción de los clientes para implementar mejora?	X		X		X		
13	¿La barbería se preocupa por conocer los gustos y preferencias de sus clientes?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: EMPATÍA								
14	¿La barbería brinda atención a los requerimientos de los clientes?	X		X		X		
15	¿El cliente muestra su aprobación frente al servicio una vez atendido su requerimiento?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: CONFORMIDAD								
16	¿La barbería aplica estrategias para la fidelización de los clientes?	X		X		X		

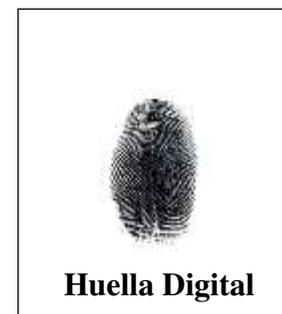
Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Mgtr. Espinoza Otoya, Víctor Hugo

DNI: 07535731


Firma



- Validador 03

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombre y Apellidos: RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA

Nº DNI: 40311682

Edad: 44 años

Teléfono/Celular: 940408817

E-mail: lrallim@uladech.edu.pe

Título profesional: LICENCIADA EN EDUCACIÓN

Grado académico: Maestría (X) Doctorado ()

Especialidad: EDUCACIÓN

Institución que labora: UNVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

Identificación del Proyecto de Investigación o tesis

Título: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024

Autor: CRISTIAN ALFREDO CIRIACO MUÑOZ

Programa académico: ADMINISTRACIÓN



Lizbeth Ralli Magipo.
Magister en Administración de Negocios

Firma



Huella Digital

CARTA DE PRESENTACIÓN AL EXPERTO

Mgtr. Ralli Magipo Lizbeth Giovanna

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarla cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: **CRISTIAN ALFREDO CIRIACO MUÑOZ** egresado del programa académico de **ADMINISTRACIÓN** de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024** y envío a Ud. El expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Firma

DNI: 70145568

Egresado

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024								
N°	VARIABLE 1: DESEMPEÑO LABORAL	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	DIMENSIÓN 1: CARACTERÍSTICAS DEL DESEMPEÑO LABORAL							
1	¿En la empresa permiten desarrollar tus iniciativas para el cumplimiento de los objetivos?	X		X		X		
2	¿La comunicación es fluida dentro de la barbería?	X		X		X		
3	¿Existe compromiso para trabajar en equipo?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: FACTORES DEL DESEMPEÑO							
4	¿Usted adquiere conocimientos a fin de fortalecer sus habilidades?	X		X		X		
5	¿El ambiente laboral en la barbería es el indicado para un buen desempeño?	X		X		X		
6	¿La barbería brinda capacitaciones para potenciar sus conocimientos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: DESEMPEÑO LABORAL							
7	¿El trabajo que se realiza en la barbería ayuda a lograr los objetivos establecidos por la empresa?	X		X		X		
8	¿La barbería cuenta con planes para mejorar la calidad de servicio?	X		X		X		
9	¿La barbería emplea la lluvia de ideas para fortalecer el rendimiento laboral?	X		X		X		

10	¿Consideras que la relación laboral entre los trabajadores es la adecuada?	X		X		X		
VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE								
DIMENSIÓN 1: SERVICIO								
11	¿Se mantiene un control adecuado sobre sus implementos?	X		X		X		
12	¿La barbería identifica las deficiencias en la satisfacción de los clientes para implementar mejora?	X		X		X		
13	¿La barbería se preocupa por conocer los gustos y preferencias de sus clientes?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: EMPATÍA								
14	¿La barbería brinda atención a los requerimientos de los clientes?	X		X		X		
15	¿El cliente muestra su aprobación frente al servicio una vez atendido su requerimiento?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: CONFORMIDAD								
16	¿La barbería aplica estrategias para la fidelización de los clientes?	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Mgtr. Ralli Magipo Lizbeth Giovanna

DNI: 40311682



Lizbeth Ralli Magipo.
Magister en Administración de Negocios.

Firma



Confiabilidad del instrumento

Puntuación	1	2	3	4	5
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Total	Observaciones
Sujeto 1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	34	Interesante
Sujeto 2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	36	Bien planteado
Sujeto 3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	34	Las preguntas están bien planteadas
Sujeto 4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	35	Bien formulado
Sujeto 5	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	34	Muy interesante
Sujeto 6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	33	
Sujeto 7	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	44	Encuesta bien formulada
Sujeto 8	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	46	
Sujeto 9	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	46	Buena propuesta
Varianza	0,2222	0,2469	0,2222	0,2222	0,2222	0,2222	0,2469	0,2222	0,2469	0,2222	0,2222	0,2222	0,2222	0,2469	0,2222	0,2222		

Sumatoria de Varianzas	3,654320988
Varianza de la suma de los ítems	27,77777778

$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$	$\alpha =$	Coficiente de confiabilidad del cuestionario	→	0,926340741
	$k =$	Número de ítems del instrumento	→	16
	$\sum y_i^2 =$	Sumatoria de las varianzas de los ítems	→	3,654320988
	$S_T^2 =$	Varianza total del instrumento	→	27,77777778

Conclusión: La confiabilidad del cuestionario se determinó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, donde se digitaron los 16 ítems y los 09 empleados a quienes se les aplicó el cuestionario; obteniendo como resultado 0,926340741; esto quiere decir que el valor resultante de la evaluación del instrumento de recolección de datos, demuestra que este tiene un excelente nivel de confiabilidad.

Anexo 04: Formato de consentimiento informado u otros

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: _____, y es dirigido por _____, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: _____ . Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará ___ minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp _____, Si desea, también podrá escribir al correo _____ para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombres y apellidos: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador: _____

Documento de aprobación de institución para la recolección de información



Chimbote, 05 de junio del 2024

CARTA N° 0000000913- 2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

Presente.-

A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024, que involucra la recolección de información/datos en 09 EMPLEADOS, a cargo de CRISTIAN ALFREDO CIRIACO MUÑOZ, perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de ADMINISTRACIÓN, con DNI N° 46539858, durante el periodo de 02-04-2024 al 30-06-2024.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad para reiterarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente.

Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación

Declaración Jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo, **CIRIACO MUÑOZ CRISTIAN ALFREDO**, identificado con DNI N° **70145568**, con domicilio real en: **Asent. H. Nuevo Cerro Azul**, Distrito Cerro Azul, Provincia Cañete, Departamento Lima.

DECLARO BAJO JURAMENTO

En mi condición de (estudiante/bachiller) de Administración con código de estudiante **2511181148** de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2024-01:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada: **PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA BARBERÍA MACHA BARBERSHOP, CAÑETE, 2024**. Son reales, dado que en la investigación no hubo manipulación, ni fabricación de resultados, por ende, son netamente verídicos.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad.

Cañete, 02 de Abril del 2024



Firma del estudiante/bachiller
DNI: 70145568



Huella Digital